الانعكاسات الصحفية
على الصورة الذهنية لهيئة «الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر»

(دراسة ميدانية- تحليلية)

بحث مقدم لكرسي الملك عبد اللّه بن عبد العزيز للحسبة.
جامعة الملك سعود - كلية التربية.



إعداد: دار الرشيد للإعلام
أ.د. عبد العزيز عطية الزهراني
د/ مبروك بهي الدين رمضان
د/ جلال عثمان كحيل
أ. باسل يوسف النيرب



فهرس الموضوعات

مقدمة

الحمد لله رب العالمين والصلاة والسلام على نبينا محمد وعلى آله وصحبه أجمعين... وبعد..

لقد حظيت هيئة الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر منذ نشأتها بتغطية صحفية واسعة من خلال الصحف المحلية والعالمية نظرا لتفرد دورها وخصوصية عملها.

إن المتتبع لما ينشر عن الهيئة في الصحف بكل صورة لا يخل من أن يكون عاملا تابعا متأثرا بالهدف، وإن كان الهدف من النشر يتأثر بالقيم والرؤى الفكرية فهذا يؤكد اختلاف هذه الرؤى ومعاييرها ونظرتها لأعمال الهيئة ميدانيا وإعلاميا، والتي تختلف في الصحف عن المعايير الشرعية والنظامية والتنفيذية لأعمال الهيئة، مما يحتاج معه إلى رصد انعكاسات هذه التغطيات وتحليلها والتوصل إلى مخرجات علمية وعملية لاستثمارها.

وتكمن الخطورة في تكوين القاعدة الأساسية التي يقوم عليها بعدي الصورة الذهنية (الوجداني والإجرائي). وارتباط ذلك بما تنشره أو تبثه الصحف من صور سلبية أو إيجابية عن للهيئة لتكوين البعد المعرفي (معلومات، أفكار، نتيجة) لدى الآخرين.

وتأتي هذه الدراسة بشقيها (النظري والميداني) للرصد الفعلي لما يتم نشرة في (الصحف) بشكل عام والصحف المحلية بشكل خاص خلال فترات محددة يتم على أساسها تحليل وتقييم ما ينشر والاستفادة منه بهدف رصد تأثير الانعكاسات الصحفية على الصورة الذهنية للهيئة، والتعرف على المصادر الصحفية التي يمكن أن تصل إليها الهيئة، والتعرف على الأداء المهني وأساليب

عرض صورة الهيئة في الصحف المحلية، والوقوف على ما تتناوله الصحف المحلية فيما يتعلق بالهيئة ومناشطها وبيان انعكاساتها على الهيئة. وكيفية استثمارها واستفادة رجال الحسبة من هذه الدراسات لتطوير عملهم.

ونادرا ما تخلو صحيفة من التعرض لأخبار وأنشطة الهيئة بدرجات متفاوتة – في الشكل والحجم والطريقة- بل غدت هذه الأخبار مما تتسابق الصحف على نشرها وإبرازها بدرجة ملفتة، وما تناولته الصحف عن الهيئة ومناشطها وأخبارها ومنسوبيها على أنها مادة للإثارة الإعلامية.

ولا شك أن هذا التناول من الصحف لا يمكن الحكم عليه بالحيدة المطلقة أو التعنت المطلق مما أحدث نوعاً من العلاقة "السلبية" بين عددٍ من الصحف وهيئة الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر، وهي علاقة تحتاج إلى كثير جهد لتصحيحها وإحداث شراكة فعلية لإبلاغ الرسالة.

إذا كان مصطلح الإعلام قد شاع في هذه الأيام كنتاج لحضارة العصر وإمكاناته الاتصالية، فإنَّ ذلك لا يعني أنَّ الإعلام كظاهرة اجتماعية فن مستحدث، وإنما يضرب بجذوره في مراحل التطور الإنساني متطوراً منها مجرداً في وسائله، محققاً لأهدافه النابعة من احتياجات الجماعات البشرية.

وفي ظل تتبع الصحف المحلية للممارسات الميدانية – وقد يكون هذا حقا أحيانا- فهي تسهم في تشكيل الصور الذهنية وترويجها، مع استخدام «الإعلام النفعي» أساليب متنوعة في الإثارة مع بروز الأهداف غالبا ودمجها في صور إصلاحية أحيانا تأثرا بالدعوات الإصلاحية للمجتمع من خلال تطوير إداراته وأجهزته الرئيسة.

وتُعدّ صياغة وتشكيل الرأي العام في المجتمعات من الأدوار الرئيسة التي تقوم بها الصحف، ويتضاعف ذلك مع التطورات النوعية المتزايدة في مجالات تقنية الاتصالات، والتي منحت الصحف إمكانيات وقدرات هائلة في التأثير على

الآخرين، الأمر الذي جعل من الصحافة عاملاً رئيساً من العوامل المؤثرة على الرأي العام؛ إن لم يكن أهم تلك العوامل.

وتتم عملية التأثير على الرأي العام بخطوات وأساليب متعددة، فوسائل الإعلام باعتبارها مصدراً مهماً من مصادر المعلومات تقوم بتزويد المتلقي بشكل مستمر بكم هائل من المعلومات والمعارف المختلفة في شتى القضايا والموضوعات، وهذه المعلوًمات قد تكون صحيحة ضمن سياقاتها الطبيعية، وقد تنزع منها فتتغير دلالاتها، وقد تكون معلومات ناقصة ومشوّهة، بل وقد تكون مكذوبة، كما أنها قد تكون معلومات محايدة لا يُراد منها خدمة توجّه معين، وقد تكون معلومات موجهة، وهذه المعلومات والمعارف المتنوعة تُعدّ القاعدة الرئيسة التي من خلالها تتمكن الصحافة من إحداث أنواع مختلفة من التأثير سواء المدى القريب أو البعيد، وبهذا الاعتبار يُعدّ تزويد وسائل الإعلام للمتلقي بالمعلومات المختلفة آلية أولى في عملية تأثيرها على الرأي العام(١).

تعد أهمية هذه الآلية عندما تقوم وسائل الإعلام-والصحف بشكل خاص- في سبيل تشكيل رأي عام معين بنشر معلومات موجهة من خلال مجموعة من المضامين المتنوعة والتي تخدم بشكل غير مباشر، ومن حيث لا يشعر المتلقي ذلك الرأي، ولكن على المدى البعيد، "... لتشكل إطاراً جديداً يحل شيئاً فشيئاً محل القديم "(٢)

كما أن من الآليات التي تنتهجها الصحف في التأثير على الرأي العام الانحياز لبعض الآراء وإبرازها للجمهور، والتركيز عليها بأكثر من طريقة سواء كانت مباشرة أو غير مباشرة، والاحتفاء بها، والحديث عن إيجابياتها، والتقليل من شأن سلبياتها، وفي المقابل تقوم بتشويه الآراء الأخرى، وإبراز سلبياتها وتضخيمها، وافتعال الإشكالات حولها، ويصل الوضع أحياناً لحد تجاهل تلك الآراء وحجبها عن الجمهور.

(١) الأحمدي، محمد بن عواد، الإعلام والتأثير – مقال – الجزيرة - ٢١٣٤

(٢) الحضيف، محمد ،كيف تؤثر وسائل الإعلام؟ دراسة في النظريات والأساليب» ص٣٢-٣٣

وفي دراسة تحليلية(٣) « تؤكد أن وسائل الإعلام تدفع الجمهور إلى تبني رأي معين من خلال إيهام المتلقي بأن موقفها يمثل الرأي العام، فتصفه مثلاً بأنه يمثل «الموقف الوطني» أو«الإحساس العام» أو أن «معظم الناس يؤيدون..»، أو من خلال اللجوء إلى التقاليد الاجتماعية، والادّعاء بأن الآراء الأخرى تخالف تقاليد المجتمع، وأنها آراء شاذة، أو عبر تقديم تفسيرات قانونية اجتهادية لتصبح أعمال أصحاب الآراء الأخرى وأنشطتهم خروجاً عن القانون» (٤).

وإن كانت هذه التفسيرات غير مسلمة وقابلة للنقاش وتبدأ أولى مراحل تأثير وسائل الإعلام على الرأي العام على الصعيد المعرفي، إذ تقوم "الصحف" ممثلة لوسائل الإعلام بصياغة تكوين معرفي جديد لدى الأفراد حول القضية محل التأثير أو على الأقل إحداث خلخلة في التكوين المعرفي القديم حول تلك القضية، ويتم ذلك من خلال تزويد المتلقي بالمعلومات المختلفة المباشرة وغير المباشرة، والتي تعمل على اجتثاث الأصول المعرفية القائمة لقضية أو لمجموعة من القضايا لدى الأفراد، وإحلال أصول معرفية جديدة بدلاً عنها، وتأثير وسائل الإعلام في طريقة تفكيرنا وأسلوب تقييمنا للأشياء من خلال ما نتلقاه منها من معلومات يؤدي إلى تحول في قناعاتنا وفي معتقداتنا؛ لأن العقائد حصيلة المعرفة التي اكتسبناها، فنحن نعرف على سبيل المثال الحلال والحرام - وهذه عقيدة - من خلال العلم والمعرفة التي تعلمناها عن ذلك الحلال والحرام(٥)

"للصحف" قدرة على تصوير القضايا والأحداث والأشخاص على خلاف الواقع الفعلي، وتقديم تلك التصورات للجمهور على أنها تمثل الصورة الحقيقية، وذلك من خلال توظيف مفهوم الصورة الذهنية، حيث تعرض وسائل الإعلام جزءًا من الصورة الحقيقية عن قضية ما، وتركز عليه الصحف وتقدمها للجمهور على أنها تمثل الصورة الحقيقية بكامل أجزائها، ومن خلال تعرض المتلقي المستمر تتكون لديه صور ذهنية متعددة عن جملة من القضايا

(٣) انظر: صيني، سعيد «مدخل إلى الرأي العام» ص ١٥١-١٥٢.

(٤) نقصد هنا المعرفة بمعناها العام.»

(٥) انظر: الحضيف، محمد «كيف تؤثر وسائل الإعلام؟ دراسة في النظريات والأساليب» ص٣٢

أو الأحداث بناء على الاتجاهات السياسية والفكرية والثقافية لتلك الوسائل، وعلى سبيل المثال فالوضع العام للمرأة السعودية في الجملة وضع محافظ، ولكن هناك نماذج فردية تشذ عن القاعدة العامة، فعندما تقوم الصحافة بإبراز تلك النماذج الشاذة وإظهارها على أنها تمثل واقع المرأة السعودية، فإن ذلك يقوم برسم صورة ذهنية معينة تخدم أجندتهم الفكرية تختلف عن الواقع الحقيقي، وهذا الدور في التأثير يُطلق عليه بـ "صياغة الواقع".

وتغير التكوين المعرفي والقدرة على صياغة الواقع تحدث على المدى البعيد تغييراً آخر على مستوى المواقف والآراء؛ إذ إن مواقف الأفراد وآراءهم تُبنى في العادة على التكوين المعرفي للقضية محل التأثير وصورتها الذهنية، وبمجموع تلك الآراء يتشكل الرأي العام في المجتمع.

وسوف نقوم خلال هذه الدراسة ببحث انعكاسات الصحف على الصورة الذهنية لعينة تشمل عينة من طلاب الجامعات وعينة عشوائية أخرى عن هيئة الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر من خلال تقسيمات الدراسة والتي تشمل تمهيدا يتضمن المصطلحات والمفاهيم ومشكلة الدراسة، وأهميتها، وأهداف وتساؤلات ومنهج ومجتمع والعينة، وأدوات الدراسة والأساليب الإحصائية، إضافة إلى فصلين تضمن الفصل الأول: المدخل النظري للدراسة ويشمل ثلاثة مباحث، الأول: ويتضمن المصطلحات والمفاهيم ومشكلة الدراسة واهدافها وتساؤلات الدراسة ، والدراسات السابقة، أما المبحث الثاني يتضمن: نظريات الإعلام التي تفسر تأثيرات النشر الصحفي على الصورة الذهنية. وفيه مطلبان المطلب الأول ويتضمن: نظريات الاتصال وصناعة القرار، أما المطلب الثاني ويتناول إستراتيجيات الإقناع، وفي المبحث الثالث نتناول: المهام الإعلامية لهيئة الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر. أما الفصل الثاني: وفيه أربعة مباحث: المبحث الأول: نتائج الدراسة التحليلية لما تم نشره في الصحف. كما يشتمل المبحث الثاني: تحلبل المضمون، والدراسة بالأرقام، ومناقشة نتائج النشر الصحفي، ويتناول المبحث الثالث: مناقشة نتائج الدراسة، وفي المبحث الرابع



فيتضمن نتائج الدراسة الاستبيان مشتملا على الإجراءات المنهجية، وتحليل المضمون للاستبانة، ونتائج الاستبانة ومناقشتها، ثم خلاصة البحث وتوصيات الدراسة ونتائجها، ثم الخاتمة، ثم الفهارس وتشمل (فهرس المراجع- وفهرس الموضوعات).

سائلين الله تعالى التوفيق والرشاد.

فريق البحث



الفصل الأول

الدراســـــة النظـريـــة

المبحث الأول: المصلحات والمفاهيم.
(مشكلة الدراسة - منهج الدراسة - أهداف الدراسة- تساؤلات الدراسة- مجتمع الدراسة والعينة – الأساليب الإحصائية).

المبحث الثاني: نظريات الإعلام التي تفسر تأثيرات النشر الصحفي على الصورة الذهنية.
المطلب الأول: (أ) نظريات الاتصال وصناعة القرار - (ب) نظريات الاتصال.
المطلب الثاني: إستراتيجيات الإقناع.

المبحث الثالث: المهام الإعلامية لهيئة الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر.





المبحث الأول

(المصطلحات والمفاهيم/مشكلة الدراسة وأهميتها/أهداف الدراسة/ تساؤلات الدراسة/ منهج الدراسة/مجتمع الدراسة والعينة/أدوات الدراسة/الأساليب الإحصائية).

المصطلحات والمفاهيم:

الانعكاس: في اللّغة: انعكس الشيء انعكاسا: انقلب. (عكس): النور على المرآة أو نحوها: انقلب وارتد عند وقوعه على صفحتها. وانعكسَ / انعكسَ على ينعكس، انعكاسًا، فهو مُنعكِس، والمفعول مُنعكَس عليه: انعكسَ الضَّوءُ مُطاوع عكَسَ: ارتدَّ، تغيَّر اتّجاهُه بعد وقوعه على سطح صقيل «انعكس التيّارُ، – انعكاس الصَّوت» وانعكس الشَّيءُ عليه: ظهر أثرُه عليه[٦]

والعكس هو: إثبات عكس حكم شيءٍ لمثله لتعاكسهما في العلّة، وهو مصدر انعكس مطاوع عكس. والعكس: ردّ أوّل الشّيء على آخره. يقال: عكسه يعكسه عكساً من باب ضرب[٧]

وفي الاصطلاح: ذهب جمهور الأصوليّين إلى أنّ الانعكاس مع الاطّراد مسلك من المسالك الّتي بها تعرف العلّة. ولم يعتبره الحنفيّة وكثير غيرهم من مسالك العلّة.

كما ذهب بعض الأصوليّين إلى أنّ الانعكاس من شرائط العلّة، والآخرون لم يشترطوا فيها هذا الشّرط. وتمام الكلام على ذلك موطنه الملحق الأصوليّ.[٨]

وبالنظر إلى ماسبق يري الباحث أنه يمكن اختيار هذا التعريف: «انتفاء الحكم بانتفاء العلّة كانتفاء حرمة الخمر بزوال إسكارها. وضدّ الانعكاس الاطّراد، كما أنّ ضدّ العكس الطّرد. (ر: اطّراد)[٩]

---

(٦) انظر المعجم: الرائد ص٨١

(٧) انظر القاموس المحيط ج١ ص ٤٢٧

(٨) انظر: شلبي، د أحمد، العلل ص ١٨٢

(٩) انظر تاج العروس ط دار الهلال ص ٢٨٧

الإعـــــلام

في اللُّغة: جاء في «معجم محيط المحيط» لبطرس البستاني: «الإعلام في اللُّغة مصدر أَعْلَمَ وأَعْلَمت كأذْنيْتُ، ويقال: استَعلِمْ لي خَبَر فَلان وأعلمْنيه حتى أعْلَمَه واستعلمني الخبر، وأعْلَمَ الفارسُ جعل لنفسه علامة الشجعان، وأعلَمَ الفرسَ علَّق عليه صوفاً أحمر أو أبيض في الحرب، وأعلَم نَفْسَه وسمها بسيما الحرب»[١٠]. فأعلَم « أخبر أو عرَّف، واستعلَمه الخبر، أي استخبره إياه».

وكلمة «إعلام» مصدر من أعلم، ومعناها وضع علامة على كل شيء، قال العرب: أعلم الفارسُ، أي علَّق عليه صوفاً ملوناً في الحرب، وأعلم نفسه، أي وسمها بسيما الحرب. ومعنى الإعلام هو وضع العلامة على شيء لإظهاره وإبرازه. والإعلام: «مشتق من أَعْلَمَ، يقال: أَعْلَمَهُ إِعْلاماً، بمعنى أخبره إخباراً»[١١].

الإعلام: «يعني إخبار أو إطلاع الآخرين، ويحوي معنى التعليم، وهو يعني بالإنجليزية (Information) أي المعلومات»[١٢].

والإعلام كذلك هو:» التبليغ، يقال: بلغت القوم بلاغاً، أي أوصلتهم الشيء المطلوب، يقول الله تعالى (إن في هذا لبلاغ لقوم عابدين). ويقول جل وعلا: ﴿ هَٰذَا بَلَٰغٌ لِّلنَّاسِ وَلِيُنذَرُواْ بِهِۦ ﴾ الآية.إبراهيم: ٥٢

الإعلام غير التعليم، لأنَّ الإعلام اختص بما كان من إخبار سريع، أمَّا التعليم فينطوي على التكرار والتكثير،[١٣].

والخلاصة «هو وسيلة للكشف عن معرفة لدى واضعها يريد أنْ يظهرها للناس ويطلعهم عليها ويعمها بينهم، فالإعلام ينطوي على الكشف عن المعلومات والمعارف والاتجاهات وإبرازها للناس»[١٤].

---

(١٠) بطرس البستاني: محيط المحيط، مادة (علم)، ص ٦٣٩. وانظر لسان العرب مادة (علم)

(١١) أبو زيد، رشاد شحاتة: مسؤولية الإعلام الإسلامي، دار الفكر العربي، القاهرة، ط/١، ص٨

(١٢) عبد اللطيف، رشاد أحمد: تنمية المجتمع وقضايا العالم التربوية، دار المعرفة الجامعية، ص ١٣٥.

(١٣) القاموس المحيط، فصل العين، باب الميم.

(١٤) إمام، إبراهيم: الإعلام الإسلامي المرحلة الشفهية، مكتبة الأنجلو مصرية، القاهرة، ١٩٨٠م، ص ١٤.

وفي الاصطلاح: تنوعت التعريفات الاصطلاحية للإعلام ومنها: «النقل الحر والموضوعي للأخبار والمعلومات بإحدى الوسائل الإعلامية أو أنَّه نقل الأخبار والوقائع بصورة صحيحة»[١٥]. **ومنها** «تزويد الناس بالأخبار الصادقة والمعلومات الصحيحة والحقائق الثابتة التي تساعد الناس على تكوين رأي صائب في واقعة معينة»[١٦].

ومنها: الإعلام هو: «إحاطة الرأي العام علماً بما يجري من أمور وحوادث سواء في الشئون الداخلية أو الخارجية»[١٧].

وكذلك منها: هو: «نشر الأخبار والآراء على الجماهير»[١٨].

ويختار فريق البحث – تعريف الإعـلام: «استخدام منهج بأسلوب فني إعلامي يقوم به عاملون بدينهم متفقهون لطبيعة الإعـلام ووسائله الحديثة وجماهيره المتباينة مستخدمون تلك الوسائل المتطورة لنشر الأفكار المتحضرة والأخبار الحديثة والقيم والمبادئ والمُثُل للمسلمين ولغير المسلمين في كل زمان ومكان في إطار الموضوعية التامة بهدف التوجيه والتوعية والإرشاد لإحداث التأثير المطلوب»[١٩].

الصورة الذهنية:

تعنى الصورة الذهنية «انطباع صورة الشيء في الذهن» أو بتعبير أدق: «حضور صورة الشيء في الذهن» ويعود مصطلح الصورة الذهنية في أصله اللاتيني إلى كلمة (IMAGE) المتصلة بالفعل (IMITARI)، «يحاكي» أو «يمثل»،

(١٥) عبد القادر، محمد: دور الإعلام في التنمية، وزارة الثقافة والإعلام، ١٩٨٢م، ص ١٠٢.

(١٦) ضوابط الإعلام في الشريعة الإسلامية وأنظمة المملكة العربية السعودية، الرياض، ١٩٧٩م، ص ٤.

(١٧) عفيفي، جمال: جريدة الصحافة، ١٩٧١م، ص ٢٦.

(١٨) إمام، إبراهيم: العلاقات العامة والمجتمع، مكتبة الأنجلو، القاهرة، ١٩٨١م، ص ٣١٦.

(١٩) كحيل، عبد الوهاب: الأسس العلمية والتطبيقية للإعلام الإسلامي، عالم الكتب، بيروت، ط/١٩٨٥،١م، ص ٢٩.

وعلى الرغم من أن المعنى اللغوي للصورة الذهنية يدل على المحاكاة والتمثيل إلا أن معناها الفيزيائي «الانعكاس».

وهو المعنى الذي أشار إليه معجم (ويبستر) «تصور عقلي شائع بين أفراد جماعة معينة نحو شخص أو شيء معين»، وصرح به المورد حين ترجم تلك الكلمة بـ«الانطباع الذهني»، لكن هذا الانطباع أو الانعكاس الفيزيائي ليس انعكاساً تاما وكاملا وإنما هو انعكاس جزئي، يشبه إلى حد كبير تلك الصورة المنعكسة في المرآة فهي ليست إلا الجزء المقابل للمرآة فقط أما الأجزاء الأخرى فلا تعكسها المرآة، وبالتالي فهو تصور محدود يحتفظ به الإنسان في ذهنه عن أمر ما، وهذا التصور يختزل تفاصيل كثيرة في مشهد واحد. [٢٠]

إن مفهوم الصورة الذهنية ظهر كمصطلح متعارف عليه في أوائل القرن العشرين وأطلقه (والترليبمان) – كاتب سياسي أمريكي ١٩٤١- ويصلح أساساً لتفسير الكثير من عمليات التأثير التي تعمل بها وسائل الإعلام وتستهدف بشكل رئيس ذهن الإنسان. أما قاموس ويبستر في طبعته الثانية عرض تعريفاً لكلمة (image) بأنها تشير إلى التقديم العقلي لأي شيء لا يمكن تقديمه للحواس بشكل مباشر أو هي إحياء أو محاكاة لتجربة حسية ارتبطت بعواطف معينة وهي أيضاً استرجاع لما اختزنته الذاكرة أو تخيل لما أدركته حواس الرؤية أو السمع أو الشم أو التذوق). [٢١]

ويعبر مفهوم الصورة الذهنية عن التصورات التي يحملها أفراد المجتمع عن العالم من حولهم بمكوناته المختلفة، وتعد الصورة نتاجاً طبيعياً لخبرات الأفراد المباشرة وغير المباشرة التي يتلقونها عبر تفاعلاتهم الاتصالية المختلفة. ولا شك أن سهولة التغير أو صعوبته يعتمد على رسوخ الصورة الذهنية لدى الجمهور أو عدم رسوخها.

---

(٢٠) صليبا، جميل، لمعجم الفلسفي،ص٧٤١

(٢١) المرجع السابق ص ٧٤٤

وتتكون الصورة الذهنية عندما تنطبع صور المحسوسات في الذاكرة ويصبح لها حضور ذهني فاعل فيها يبقى ماثلا حتى بعد غياب المرئيات تماما مثل الملفات الإلكترونية في أجهزة الكومبيوتر لها كينونة صورية لكنها غير متحققة عيانيا.

والصورة الذهنية: هي ارتسام خيال الشيء في الذهن، وهي عودة الأحاسيس في الذهن مع غياب الأشياء التي تثيرها[٢٢]، وأهم خاصية في الصورة الذهنية كونها تتصل بمرجعها لكنها ليست هو تماما، أي بمعنى أن (الشجرة) التي نجدها بكثرة في الطبيعة هي وجود مادي متحقق لها أوراق وأغصان وساق وجذور وثمر ولون وطعم ورائحة وملمس وهي زائلة أي لها عمر محدد وتفنى من بعده، أما صورتها الذهنية في الذاكرة فهي ليست من كل ذلك في شيء اللهم إلا الصورة فقط وهنا نؤشر حالة بالغة الأهمية مؤداها أن الانتقال من صورة الشجرة الطبيعية إلى الصورة الذهنية للشجرة في الذاكرة قد حقق حالة تجريد جذري في (الشجرة) المرجع ولم يبق منها إلا الصورة فقط، هذه الصورة تتصف بكونها فاعلة في عمليات التخيل والتفكير من خلال قابليتها على التحلل والتشكل وبمنتهى المرونة وبمجرد تفعيل آليات المخيلة يتم التعامل مع الصور الذهنية بالضبط كما يتم التلاعب بالصور ومعالجتها ضمن برنامج Adobe Photo Shop.

أما الصفة الثانية للصورة الذهنية فهي خلودها في الذاكرة حتى بعد غياب أصلها (أي صورتها المرجعية) وانعدام زمانها يكسبها طابعا ميتافيزيقيا يجعلها قريبة من النموذج المثالي العلوي الخالد في عالم المثل الذي لا ندركه إلا بالتسامي والارتقاء العقلي، ولنا في صور ذوينا الشخصية خير مثال، فكلنا نحتفظ بصورهم في ذاكرتنا طوال عمرنا وحتى بعد رحيلهم ونستذكرهم متى نشاء كما لو كانوا بيننا رغم رحيلهم واندثارهم وهذا الاستدعاء الذي نقوم به للصور من الذاكرة هو إحدى أبسط عمليات التفكير والذي يتحقق بشيء يسير من التأمل والتركيز حتى يتجلى ذكرى الشخص أمامن.

---

(٢٢) وهبه، مجدي، معجم مصطلحات الأدب، ص٢٣٧

مشكلة الدراسة :

تتم عملية التأثير على الرأي العام بخطوات وأساليب متعددة، فوسائل الإعلام تقوم بتزويد المتلقي بشكل مستمر بكم هائل من المعلومات والمعارف المختلفة في شتى القضايا والموضوعات، وهذه المعلومات قد تكون صحيحة ضمن سياقاتها الطبيعية، وقد تنزع منها فتتغير دلالاتها، وقد تكون معلومات ناقصة ومشوّهة أو مكذوبة، وقد تكون هذه المعلومات والمعارف متنوعة تُعدّ القاعدة الرئيسة التي من خلالها كي تتمكن وسائل الإعلام من إحداث أنواع مختلفة من التأثير سواء المدى القريب أو البعيد، وبهذا الاعتبار يُعدّ تزويد وسائل الإعلام للمتلقي بالمعلومات المختلفة آلية أولى في عملية تأثيرها على الرأي العام.

وتكمن الخطورة عندما تقوم وسائل الإعلام في سبيل تشكيل رأي عام معين بنشر معلومات موجهة من خلال مجموعة من البرامج الإعلامية المتنوعة والتي تخدم بشكل غير مباشر، ومن حيث لا يشعر المتلقي ذلك الرأي، ولكن على المدى البعيد، وتتم عملية التغيير المعرفي عبر عملية طويلة تتنوع فيها جزيئات التكوين المعرفي الجديدة التي يُراد إحلالها محل المعرفة القديمة، لتشكل إطاراً جديداً يحل شيئاً فشيئاً محل القديم».

كما أن من الآليات التي تنتهجها وسائل الإعلام في التأثير على الرأي العام الانحياز لبعض الآراء وإبرازها للجمهور، والتركيز عليها بأكثر من طريقة سواء كانت مباشرة أو غير مباشرة، والاحتفاء بها، والحديث عن إيجابياتها، والتقليل من شأن سلبياتها، وفي المقابل تقوم بتشويه الآراء الأخرى، وإبراز سلبياتها وتضخيمها، وافتعال الإشكالات حولها، ويصل الوضع أحياناً لحد تجاهل تلك الآراء وحجبها عن الجمهور.

إذ تقوم وسائل الإعلام بصياغة تكوين معرفي جديد لدى الأفراد حول القضية محل التأثير أو على الأقل إحداث خلخلة في التكوين المعرفي القديم حول تلك القضية، ويتم ذلك من خلال تزويد المتلقي بالمعلومات المختلفة المباشرة

وغير المباشرة، والتي تعمل على اجتثاث الأصول المعرفية القائمة لقضية أو لمجموعة من القضايا لدى الأفراد، وإحلال أصول معرفية جديدة بدلاً عنها، وتأثير وسائل الإعلام في طريقة التفكير وأسلوب التقييم للأشياء.

وتكمن مشكلة **الدراسة** في أن للصحف قدرة على تصوير القضايا والأحداث والأشخاص على خلاف الواقع الفعلي، وتقديم تلك التصورات للجمهور على أنها تمثل الصورة الحقيقية، وذلك من خلال توظيف مفهوم الصورة الذهنية، حيث تعرض وسائل الإعلام جزءًا من الصورة الحقيقية عن قضية ما، وتركز عليه، وتقدمها للجمهور على أنها تمثل الصورة الحقيقية بكامل أجزائها، ومن خلال تعرض المتلقي المستمر لوسائل الإعلام تتكون لديه صور ذهنية متعددة عن جملة من القضايا أو الأحداث بناء على الاتجاهات السياسية والفكرية والثقافية لتلك الوسائل، كما أن للصحف قدرة على رسم صورة ذهنية معينة تخدم أجندتهم الفكرية تختلف عن الواقع الحقيقي، وهذا الدور في التأثير يُطلق عليه بـ «صياغة الواقع».

لذلك «فإن التأثر بالرسائل الإعلامية يعتبر عاملاً من بين مجموعة عوامل أو متغيرات تسهم جميعاً في إعادة صياغة الصورة العقلية، وهذه بدورها تدفع الإنسان لاتخاذ قرار معين والإتيان بسلوك ينسجم مع ذلك القرار»([٢٣]).، وهذا قمة الإقناع، الذي يعرف بأنه استخدام الرموز واستغلالها بهدف دفع المتلقين للقيام بأعمال محددة تخدم المتلقي نفسه.

وتغير التكوين المعرفي والقدرة على صياغة الواقع تحدث على المدى البعيد تغييراً آخر على مستوى المواقف والآراء؛ إذ إن مواقف الأفراد وآراءهم تُبنى في العادة على التكوين المعرفي للقضية محل التأثير وصورتها الذهنية، وبمجموع تلك الآراء يتشكل الرأي العام في المجتمع.

---

(٢٣) موسى، عصام سليمان: المدخل في الاتصال الجماهيري، ط١ (الأردن: مكتبة الكنتاني،١٩٨٦م) ص١١٨.

منهج الدراسة :

تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية، لذلك يعد المنهج الإحصائي التحليلي من خلال رصد ودراسة ما تم نشره في الصحف المحلية، مع رصد الأخبار والتقارير والآراء والمقالات للتعرف على انعكاسات الصورة الذهنية لأعمال رجال الحسبة من خلال تحليل واستنتاج هذا الانعكاس وتأثيره.

وعليه فإن هذه الدراسة تسعى على تحقيق مجموعة من الأهداف الرئيسة وهي:

د- أهداف الدراسة :

١. التعرف على ماهية النشر الصحفي عن الهيئة.
٢. التعرف على أثر النشر الصحفي على عمل وصورة الهيئة عند عينة الدراسة.
٣. التعرف على حجم الاهتمام الصحف بأخبار الهيئة التي يمكن أن تصل إليها الهيئة.
٤. التعرف على اتجاه المواد الصحفية نحو الهيئة وطرائق عرض صورة الهيئة في الصحف المحلية.
٥. السعي للوصول لنتائج تخدم رجال الحسبة والاستفادة من الدراسات النظرية والميدانية في التعامل مع الصحافة.

هـ- تساؤلات الدراسة :

١. ما هي المخالفات المهنية وأساليب عرض صورة الهيئة في الصحف المحلية؟
٢. ما هي انعكاسات الأخطاء الميدانية على صورة الهيئة؟
٣. ما هي تأثيرات الانعكاسات الصحفية على قرارات الهيئة؟
٤. ما هي وسائل تعامل الهيئة مع الصحف وتأثير ذلك على عملها؟
٥. كيف نوجه رجال الحسبة للاستفادة من الدراسات النظرية والميدانية؟
٦. ما أثر النشر الصحفي بصوره المختلفة على الهيئة؟

ح- مجتمع الدراسة والعينة:

تعنى الدراسة بالمجتمع السعودي (طلاب وصحفيين) والصحف المحلية مع الاستدلال بالصحف التي تجاوبت مع موجة النشر الصحفي على الهيئة ورجالها لبيان انعكاسات التغطية الإعلامية لأعمال هيئة الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر، وتأثير ذلك على طلاب الجامعات، وتشمل العينة طلاب الجامعات في كل من مدينة الرياض ومدينة جدة إضافة إلى عينة عشوائية من االصحفيين.

أدوات الدراســـة:

تحليل المضمون:

١. يتم تحليل المضمون باستخدام استمارة تحليل المضمون.
٢. من خلال التعرف على المفاهيم والمصطلحات التي تستخدمها الصحف خلال تغطيتها لأخبار الهيئة.
٣. استثمار «الرصد والتحليل» لما تم نشره في الصحف المحلية لمدة (٦) شهور عن طريق الحصر الشامل لجميع الموضوعات التي نشرت عن الهيئة من ١٤٣٢/١/١هـ إلى ٣٠/٦/١٤٣٢هـ. وتحليل ما تم رصده للوصول إلى إجابات على تساؤلات الدراسة.
٤. استبيان اتجاهات الصحف في تغطية الأخبار المتعلقة بأعمال هيئة الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر.
٥. استنتاج النتائج والتوصيات التي يتم استخلاصها من التحليل .

- استمارة الاستقصاء (مرفق).

الأساليب الإحصائية:

- سوف يتم استخدام (حزمة spss) للوصول إلى نتائج الإحصاء الوصفي والإحصاء الاستدلالي وفق متغيرات الدراسة وتساؤلاتها، وسوف يتم استخدام الأساليب الإحصائية الآتية:

أ. المتوسطات والانحرافات المعيارية، والمتوسطات العامة أو الوزنية لمحاور الاستبانة.

ب. اختبار (ت) T test لبيان دلالة فروق المتوسطات بين المتغيرات المختلفة للبحث.

ج. تحليل التباين الأحادي ANOVA.

د. اختبار توكي TUKEY للمقارنات البعدية المتعددة+

- المؤشرات الإحصائية المستخدمة في تقنين الاستبيات (مؤشرات الصدق والثبات).

الدراســـات السابقة:

- (عبد العزيز آل سعود،١٤٢٣هـ)[٢٤] والتي خلصت إلى ضعف وسائل الاتصال المستخدمة في أعمال الهيئة. وتؤكد الحاجة إلى ضرورة تضافر الجهود ميدانيا وإعلاميا لإصلاح الضرر من خلال قراءة موضوعية للواقع وصولا إلى التعاون والتكامل بين أدوار الإعلام والعمل الميداني لتلافي مثل تلك الآثار السلبية.

وتختلف عن دراستنا حيث إننا سوف نتناول الانعكاسات من حيث تأثيراتها على الهيئة وعملها الميداني.

- وتكشف دراسة (أحمد سيف الدين ١٤٢٥هـ) عن قوة تأثير وسائل الإعلام (الاتصال الجماهيري) في تكوين الصورة الذهنية عندما تتضاءل فرص الاتصال الشخصي، حيث أثبتت الدراسة التي بعنوان: (صورة المملكة العربية السعودية في أذهان الكنديين) أنّ وسائل الإعلام هي أهم المصادر التي أسهمت في تكوين صورة المملكة في أذهان الكنديين، بنسبة بلغت (٧٧٪) إلا من تيسّر لهم الاتصال الشخصي فتصبح وسائل الإعلام في المرتبة الثانية.

(٢٤) آل سعود، عبد العزيز، تطبيقية على العاملين بفروع الرئاسة العامة لهيئة الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر بالمنطقتين الوسطى والشرقية، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، ١٤٢٣هـ.

- مجموعة الرواد لصالح مشروع (حسبة عام /١٤٢٦هـ) المشروع الريادي لبناء الخطة الإستراتيجية للهيئة، ومن أبرز ما يميز هذه الدراسة أنها آخر الدراسات المسحية للمجتمع السعودي فيما يتعلق برأيهم المباشر عن الهيئة، والتي خلصت إلى أن النشر الصحفي عن الهيئه يشوبه كثير من التجاوزات التي تبحث عن تتبع الثغرات ولا توثق معلوماتها من مصادرها المعتبرة. وتختلف عن دراستنا من حيث تحليل المحتوى الإعلامي وتأثيراته على المجتمع تجاه الهيئة ورجالها. [٢٥]

- (عبد الله المطوع وآخرون، ١٤٢٩هـ) [٢٦] والتي أكدت أن هناك آثاراً سلبية للمشكلات الميدانية على الصعيد الإعلامي والعلاقات للهيئة، **أبرزها**:

تشويه صورة الهيئة لدى أفراد المجتمع، إيجاد فجوة بين أفراد المجتمع وأعضاء الهيئة.، تشويه صورة الهيئة لدى ولاة الأمر.، التأثير السلبي على أداء أعضاء الهيئة في الميدان. إيجاد ردة فعل سلبية لدى بعض أعضاء الهيئة، فيتساهلون في أداء واجباتهم الوظيفية. إيجاد ردة فعل سلبية لدى بعض أعضاء الهيئة، فيتشددون ويتجاوزون صلاحياتهم، وتختلف دراستنا عنها من حيث بيان طرائق العلاقة بين الهيئة والإعلام وكيفية معالجة هذه الانعكاسات.

وتختلف دراستنا عن هذه الدراسة من حيث رصد الانعكاسات الإعلامية من حيث الرصد الكمي والنوعي معا وتفنيد اتجاهات الصحف عند معالجتها لأخبار الهيئة.

- أما دراسة (المشكلات الميدانية دراسة ميدانية تقويمية لمشكلات العمل في مراكز هيئة الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر المنفذة عام١٤٢٩هـ) [٢٧]، والتي عملت على قياس مدى تغير الصورة الذهنية للجهاز في المجتمع وخرجت بأن

---

(٢٥) مجموعة الرواد / المشروع الريادي للهيئة ١٤٢٦

(٢٦) المطوع، عبد الله وآخرون، المشكلات الميدانية دراسة ميدانية تقويمية لمشكلات العمل في مراكز هيئة الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر، ١٤٢٩هـ، ص٢١٢

(٢٧) انظر: السهلي، د. عبد الله – من ينصف الهيئة – صيد الفوائد ١٤٣٢/٤هـ

درجة تحقق مؤشرات الصورة الذهنية عن الرئاسة العامة لهيئة الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر إيجابي لدى أفراد العينة من العاملين في الجهات ذات العلاقة بعمل الهيئة؛ حيث بلغت نسبة مئوية مقدارها (٧٤ ٪)؛ وهذا يوضح أن الصورة الذهنية عن الهيئة لدى أفراد العينة تتسم بالإيجابية بدرجة جيدة

وقد جاء أن الهيئة مؤسسة حكومية تقوم بوظيفة مهمة في المجتمع بالمرتبة الأولى بنسبة مئوية مقدارها ٩٢٪

أما ما يتعلق بالمسؤولين فقد كانت أداة الدراسة المقابلات الحرة لعدد من مسؤولي الدولة في جميع مناطق المملكة، على رأسهم أصحاب القرار في المملكة وغيرهم من المسؤولين، وقد لمس الفريق من خلال هذه المقابلات الثناء على الهيئة، وبيان مكانتها المهمة، التي لا يجادل فيها أحد، وكذلك أثرها في حفظ الأمن في المجتمع، وذكروا بعض الإيجابيات، منها:

١. الهيئة من أقل الإدارات أخطاءً، وما ينسب للهيئة من أخطاء فإنما هي مضخمة.
٢. للهيئة جهود كبيرة في مكافحة الجريمة.
٣. رجل الهيئة يبذل جهداً كبيراً في عمله؛ فهو يتميز بأنه لا ينظر في الوقت، بخلاف غيره.
٤. أفاد بعض المسؤولين أن رجال الهيئة متمكنين من عملهم ، فمحاضرهم تأتي واضحة، ويتميز عملهم بقوة الضبط والمسوغات والقرائن والتعابير اللغوية الدقيقة.

وتختلف دراستنا عن هذه الدراسة من حيث أدوات الرصد وطرائق تصنيفها مما يجعل دراستنا هذه تحدد التغيرات الناتجة عن النشر الصحفي وتأثيره على الصورة الذهنية.

- (الأحمدي - محمد بن عواد ١٤٣٠هـ) (الصحافة والهيئة..حقائق ومراجعات)، وتعد من أبرز الدراسات التي تناولت الموضوع من عدة جوانب

خلصت من خلالها إلى عدة نتائج برزت من خلال الاستعراض التفصيلي لمختلف الجوانب والقضايا والأخبار التي تناولتها الصحافة المحلية وكانت هيئة الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر طرفاً فيها. ومن بين أبرز ما خرجت به الدراسة أن هناك سلبية في التعامل الإعلامي مع قضايا الهيئة، والافتقار للوضوح في تعاطي بعض الصحفيين مع الأخبار المتعلقة بالهيئة، وأن الصورة الذهنية للهيئة لدى الصحف والموقف الفكري من دورها والآراء الشخصية حول قضاياها لها تأثير بالغ على نوعية التعاطي الصحفي مع أخبار الهيئة، وأن الأخبار التي تنشر عن الهيئة، لاسيما تلك المتعلقة بأخطاء أعضائها، تنقصها الدقة والمصداقية. وتؤكد الدراسة أن موقف الصحافة المحلية غير الموضوعي من أخطاء الهيئة ساهم في تدعيم وتعزيز الصورة المشوّهة عن المملكة ومؤسساتها لدى الغرب. وتخلص الدراسة إلى نتائج من أبرزها:

أن أداء الهيئة يحتاج تطوير لكي يواكب المستجدات في الأجهزة الأخرى، لأن عمل الهيئة يتسم بالحساسية وتكتنفه عدة عوامل مؤثرة على المستوى المحلي والعالمي.

وتختلف دراستنا عن هذه الدراسة فيما يتعلق بالجزء الميداني حيث تركز دراستنا على تأثير الانعكاسات الصحفية على تغيير الصورة الذهنية مستخدمة أخبارها واتجاهات كتابها، كما تركز دراستنا على حجم ونوعية ما يتم نشره في الصحف عن الهيئة.

- **(المكينزي ١٤٣٠) ورقة عمل مقدمة ضمن اللقاء الدوري الرابع لمديري عموم الفروع والإدارات العامة في الرئاسة العامة لهيئة الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر د/ عادل بن عبد القادر المكينزي « أدوار إدارات الإعلام والعلاقات العامة في خدمة العمل الميداني» والتي تناول فيها دور الإعلام وتأثيره على الهيئة والتي ذيلها بتوصيات مهمة يمكن الاستفادة منها. إضافة إلى الاستفادة من الإحصائيات التي وردت فيها** [٢٨]،

(٢٨) المكينزي، عادل: ورقة مقدمة لندوة مدراء الفروع بالهيئة ١٤٣٠هـ

وتختلف دراستنا عن هذه الدراسة من حيث دراستها مجتمع الصحف، كما درست التأثيرات الصحفية على الهيئة.

- ودراسة **(عبد الرحمن العبد القادر ١٤٣٠هـ)** والتي تناولت الصورة الذهنية المتبادلة بين السعوديين والمقيمين وإسهام قنوات الاتصال في بنائها، حيث أكّدت الدراسة تأثير وسائل الاتصال الجماهيري بعد الاتصال الشخصي في بناء صورة السعوديين لدى المقيمين.

وتختلف دراستنا عن هذه الدراسة من حيث آلية رصد الانعكاسات الصحفية وتفصيلاتها وتأثيراتها على الصورة الذهنية تجاه الهيئة.

- (دراسة وقوعات هيئة الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر دراسة ميدانية لأنواعها، حجمها، أسبابها، الآثار المترتبة عليها، وأساليب الحد منها) [٢٩]، جاء فيها:

١. دلت الدراسة على أن نسبة (٩٠٪) وصفوا تعامل أعضاء الهيئة بالعادي أو اللطيف.
٢. أن الاتجاه العام في المجتمع السعودي نحو الأمر بالمعروف و النهي عن المنكر كمبدأ وشعيرة وجهاز وأعضاء إيجابي وبدرجة عالية.
٣. أن مرتكبي الوقوعات في جوانب العقيدة والعبادة والمطبوعات نحو الهيئة إيجابي وقوي بينما يقل هذا الاتجاه عند مرتكبي وقوعات المخدرات وأصحاب المحلات التجارية.
٤. أن الاتجاه العام نحو أعضاء هيئة الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر إيجابي.
٥. كما دلت الدراسة على أن (٨٥٪) من أعضاء الهيئة حصلوا على دورات تطويرية، وأن (١٥٪) منهم يجيدون لغة أخرى غير العربية، وأن (٦٣٪) منهم يجيدون التعامل مع الحاسب الآلي.

---

(٢٩) انظر : السهلي، د. عبد الله – من ينصف الهيئة – صيد الفوائد ١٤٣٢/٤هـ

وتعد هذه الدراسة من الدراسات التي رصدت التأثيرات المتنوعة على الهيئة ورجالها إلا أنها عنيت بالتركيز على وقوعات رجال الهيئة وتحليلها دون التعرض لتاثيراتها على الصورة الذهنية وتغيراتها بسبب النشر.

- **(دراسة لمعهد البحوث في جامعة الإمام عن المشكلات الميدانية في السعودية- ١٤٣٠/ ٢٠٠٨م)** وهي دراسة أنجزها معهد البحوث والخدمات الاستشارية في جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية دراسة تقويمية لمشكلات العمل في مراكز هيئة الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر، عن الاعتداءات التي حصلت ضد أعضاء الهيئة وممتلكاتها في فروعها في المملكة ٦٦٣ اعتداء متنوعاً ـ لفظي أو جسدي أو اعتداء على الممتلكات ـ وذلك خلال ثلاثة أعوام.

وأظهرت الدراسة الوثائقية للمادة الصحفية المتاحة ذات الطابع السلبي عن الهيئة وأعضائها، وجود أنواع من المشكلات المتعلقة بهذا الأمر:

النتيجة الأولى: هناك مشكلات حقيقية ذات طبيعة عملية ميدانية، ومن أهمها: أن معظم المادة الصحفية المذكورة جاءت تعليقاً على قضايا أو مشكلات ميدانية حقيقية ذات علاقة بالجمهور. كما أن كثيراً من القضايا والمشكلات التي تكون خبراً صحفياً أو موضوعاً للمقالات الصحفية، هي قضايا تتعلق إما بالنساء، أو بالشباب، أو سلوك الأسر في الأماكن العامة.

أما النتيجة الثانية: هناك مشكلات ذات طبيعة إعلامية، ومن أهمها: المشكلات ذات العلاقة بالاتهامات المتبادلة بين بعض الكُتّاب وبعض المدافعين عن الهيئة، إضافة إلى مشكلات تتعلق بآثار النشر الصحفي لمكانة الهيئة وسمعتها وعلاقتها بالمسؤولين ومؤسسات الدولة وأفراد المجتمع.

كذلك أظهرت الدراسة أن هناك أسباباً عامة للمشكلات الميدانية، وأن هذه الأسباب موجودة بدرجة عالية، حسب عينتي الجمهور والعاملين في الجهات الحكومية ذات العلاقة، فقد بلغ المتوسط العام لهذا المحور ٣,٩٦ من ٥ لعينة

فئة الجمهور، و٣,٦٤ لعينة فئة الجهات الحكومية من (٥)، والأسباب هي:

إهمال أولياء الأمور لذويهم في الأماكن العامة، مما يؤدي إلى بعض المشكلات الميدانية، ضعف تقدير بعض الناس وفهمهم لوظيفة الهيئة ونطاق مسؤوليتها، وأهمية دورها الاجتماعي والشرعي.

وكذلك من الأسباب تأثر بها بعض الناس بما ينشر عن القضايا التي تكون الهيئة طرفاً فيها، وبطريقة عرض الأخبار وأسلوب تناول الهيئة وأعضائها وممارساتهم الميدانية، في وسائل الإعلام فضلاً عن قصور وضعف الرسالة الإعلامية من الهيئة، ضعف الإمكانات المادية، وعدم الاستفادة من التقنيات الحديثة، وعدم مواكبة المتغيرات في المجتمع.

وقالت الدراسة: "إن ٢,٦٨ في المائة هي نسبة المخالفات التي وقعت بها من مجموع عدد العاملين في الميدان من أعضاء الهيئة في مختلف مناطق المملكة الذين يزيد عددهم عن ثلاثة آلاف موظف"، الأمر الذي اعتبرته الدراسة نسبة ضئيلة سلطت عليها الأضواء لدى بعض وسائل الإعلام. [٣٠]

وتختلف دراستنا عن هذه الدراسة من حيث التركيز على الصحف وما ينشر فيها عن الهيئة ومدى تأثيره في تعميم الأخطاء للتأثير على القراء من ناحية وعلى رجال الهيئة من جانب آخر.

---

(٣٠) معهد البحوث – جامعة الإمام محمد بن سعود – الرياض ٢٠٠٨

المبحث الثاني :

نظريات الإعلام التي تفسر تأثيرات النشر الصحفي على الصورة الذهنية.

المطلب الأول:

(أ) (نظريات الاتصال وصناعة القرار)

يوصف عصرنا هذا بعصر المعلومات وتقنيات الاتصال عالية التطور والكفاءة والفعالية، في قوة تأثير وسائل الإعلام على الناس أفراد وجماعات وشعوب وأمم.

ومع الاختلاف الظاهري ما بين وسائل الإعلام فيما يختص بالدوافع والأهداف، إلا أن العلاقة بينهما وثيقة، بل هي علاقة عضوية، بحيث لا يستغني أحدهما عن الآخر، ولا يعمل بدونه. فما هي النظريات المفسّرة لهذه العلاقة؟

ونظراً لاتساع هذا المجال وتشعب مساراته، فإن دراستنا تركز على (الصحف)، حيث يمكن تحديد وظائف الاتصال الأساسية، ومنها الصحف في الإعلام والتثقيف والترفيه والتربية والتعليم. وكل واحدة من هذه الوظائف تتفرع إلى العديد من التخصصات الدقيقة حسب أهداف الاتصال وحاجات المتلقين.

كما أن الصحف قوة رئيسة في تشكيل الرأي العام، وبالتالي تؤثر بشدة على الجهود الوطنية والدولية من أجل التقدم الوطني والتفاهم العالمي. وقد تطورت الصحف من ورقة واحدة توزع محلياً إلى إنتاج متعدد الصفحات يوزع دولياً.

وتختلف عملية الاتصال مع تعدد المجتمعات الحادثة فيها حيث إنها تتأثر بالقيم والمتغيرات، السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية ومن ثم فإن

فعالية وسائل الاتصال تتغير في المجتمعات طبقا لهذه المتغيرات وبذلك اختلفت رؤى ومذاهب وأفكار القائمين بعملية الاتصال والدارسين لها وكان لذلك الاختلاف أثره في تعدد هذه المذاهب ونشوء النظريات المفسرة لهذا الاختلاف حيث مازالت هناك أربعة فلسفات تسيطر على وسائل الاتصال أو الإعلام وتحدد من طبيعة النظام الإعلامي فيها وتوصف في بعض التراث الإعلامي والاتصالي بنظم أو نظريات الاتصال أو الإعلام وهي النظرية السلطوية، النظرية الشيوعية، النظرية الليبرالية، نظرية المسؤولية الاجتماعية) وهي تشير إلي طبيعة الصراع الحاصل بين السلطة والمجتمع ودور وسائل الإعلام أو الاتصال في ذلك وقد وجدت هذه النظريات كحل لإشكالية المتعلقة حول حرية الإعلام والمسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام، ومع تطور وسائل الاتصال الجماهيري واهتمام العلماء والباحثين في جمع وتنظم المعلومات و البيانات المستقاة من هذا التطور حيث أوجدوا مجموعة من النماذج المحتملة لتفسير عملية الاتصال وكانت هذه النماذج (النماذج: عبارة عن بناء صوري أو رياضي للعلاقة بين العناصر والمتغيرات التي نقوم بدراستها) [٣١]

هنا كانت نقطة انطلاق لتفسيرات نظرية [٣٢] حيث بدأت حركة ودراسات الباحثين تنشط خلال نهايات القرن التاسع عشر والقرن العشرين ومن ثم أثمرت هذه الدراسات عن ظهور مدارس أو نظريات الإعلام أو الاتصال (منها الأمبريقية، النقدية، الحتمية التكنولوجية، وترتيب الأوليات، دوامة الصمت، مولس الثقافية، فجوة المعرفة) وقد فسرت هذه النظريات بناء على تأثير وسائل الاتصال الجماهيري (الصحافة، الإذاعة، التلفاز، الإنترنت، المسرح، السينما، الموبايل) على المتلقي أو الجمهور حيث أصبحت هذه النظريات بنماذجها المختلفة ضرورة في تحديد خيارات وصناعة القرار لكلا طرفي عملية الاتصال المرسل أو القائم بالاتصال أو رجل الدعاية والطرف الآخر المستقبل أو الجمهور.

---

(٣١) محمد، عبد الحميد، الاتصال في مجالات الإبداع الفني الجماهيري، عالم الكتب، ط١ ،١٩٩٣، ص٢٥.

(٣٢) (النظرية: هي تحديد نهائي للعلاقة بين الحقائق والمتغيرات، تقدم تفسيرا للظاهرة وتتوقع اتجاه الحركة فيها) محمد، عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، عالم الكتب، ط١، ٢٠٠٠، ص١٨

خلال مدة العشرينيات من القرن الماضي وأوائل الثلاثينات تطور الاهتمام بوسائل الإعلام بوصفها موضوعات للبحث حيث بدأت الدراسات العلمية المنتظمة كأثر محتوى الاتصال على أنواع معينة من الناس، حيث أخذت الأفكار والمعلومات والبيانات عن الاتصال الجماهيري تختبر بدقة لمعرفة صحة هذه الاكتشافات والمعلومات تجريبيا ومن ثم بدأ الاتصال الجماهيري يكتسب عددا متزايدا من البيانات التي أمكن فيها استنباط عديد من المفاهيم والافتراضات.

(ب) نظريات الاتصال

تقوم نظريات الاتصال على أن أي عملية اتصال تقوم بها هيئات أو أفراد بهدف الوصول إلى عدد كبير جدا من الناس باستخدام وسيط مادي مستخدمة ما يعرف بوسائل الاتصال الجماهيري أو (وسائل الإعلام). وقد تزايدت وسائل الاتصال الجماهيري مع تقدم الزمن: (الصحف - الإذاعة - التليفزيون – الإنترنت - السينما - الإنترنت - الشرائط بأنواعها (فيديو- كاسيت...) – Pod cast خليط من كلمة (Pod- Broadcast) -أهداف الاتصال الجماهيري (محتوى الرسالة) What, who, when, where, why, and how? (إعلام (ماذا)– تحليل (كيف)- نقد (لماذا)- ترفية- حث على سلوك (الدعاية).

ويقوم الاعتماد المتبادل بين الجمهور ووسائل الاتصال والمجتمع على ثلاثة عناصر محورية:

أولا : المحيط العام أو يطلق عليه النظام الاجتماعي.

ثانيا: دور وتأثيروسائل الإعلام في هذا النظام.

ثالثا: مدي علاقة الجمهور بوسائل الإعلام.

حيث إن استخدام وسائل الإعلام لا يتم بمعزل عن تأثيرات النظام الاجتماعي السائد، وطريقتنا في التعامل مع تلك الوسائل تتأثر بما نتعلمه من المجتمع في الماضي، وبما يحدث في اللحظة التي نستقبل فيها الرسالة. وتحدث وسائل الإعلام في هذا السياق ثلاثة أنواع من التأثيرات:



١. التأثيرات المعرفية: إزالة الغموض- وضع الأجندة- زيادة نظم المعتقدات القيم والسلوكيات.
٢. التأثيرات الوجدانية: الحساسية للعنف (حرب الخليج)- المخاوف (إعدام صدام على الهواء)- الاغتراب.
٣. التأثيرات السلوكية: الحركة والفعل أو فقدان الرغبة في الحركة والفعل وهما من نتاج التأثيرات المعرفية والوجدانية. مهم لاستيعاب دورنا. (الإعلان لا يهدف فقط إلى تقديم المعرفة بقدر ما يهدف لإثارة رد فعل أو سلوك). كما تعد التأثيرات العقلية من المؤثرات المهمة التي تترك أثرا مباشرا في الاتصال..

وقد تنوعت نظريات الاتصال وسوف نستعرض بعض هذه النظريات بصورة مختصرة مع التركيز على النظرية التي تقوم عليها هذه الدراسة وهي نظرية (بناء المعاني)، كما تعرف بنظرية (الغرس).

نظريات التأثير المباشر:

وقال بها هارولد لازويل وتعرف بنظرية الرصاصة السحرية أو الحقنة تحت الجلد. - وتفترض أن الأشخاص ليسوا إلا مجتمع جماهيري من مجموعة من الأشخاص المنعزلين (تأثرت بفكر فرويد). - وسائل الإعلام تمثل فيه مصادر قوية للتأثير والناس يقبلونها ويفهمونها بشكل متماثل، كل شخص يتلقى المعلومات بشكل فردي، ويستجيب بشكل فردي. - لم تكن نظرية واقعية بسبب التبسيط الشديد، وافتراض أن للإعلام تأثيرات عنيفة ومفاجئة. - أهميتها أنها كانت بداية بحوث تأثير الإعلام.

ولقد سادت هذه النظرية خلال العقود الأولى من القرن العشرين نظرة ترى أن لوسائل الاتصال الجماهيري نفوذا وقدرة على إحداث التأثير بصورة مباشرة على أساس «أن الرسالة تشكل عنصرا قويا في ذلك التأثير، كما أن أفراد الجمهور سلبيين في تعرضهم للوسائل وفي تعاملهم مع المضمون ولهم الاستعداد لتقبل الأفكار والمعاني بمجرد وصولها اليهم.»[٣٣]

(٣٣) نعمان، د. الهيتي، هادي الاتصال الجماهيري المنظور الجديد، دار الشؤون الثقافية، ط١، ٢٠٠٦، ص٧٨

نظريات التأثير الانتقائي:

أ. نظرية الاختلافات الفردية: تقول ببساطة أن الأشخاص المختلفون يستجيبون بشكل مختلف للرسائل الإعلامية وفقًا لاتجاهاتهم، وبنيتهم النفسية، وصفاتهم لموروثة أو المكتسبة. - وسائل الإعلام تستقبل وتفسر بشكل انتقائي- وذلك بسبب اختلاف الإدراك الذي يفكر به كل شخص- والذي يرجع إلى اختلاف التنظيم الذي لدى كل شخص من المعتقدات، والقيم، والاتجاهات..- ولأن الإدراك انتقائي فالتذكر والاستجابة انتقائيين.- وبالتالي فتأثير وسائل الإعلام ليس متماثل

ب. نظرية الفئات الاجتماعية: الناس ينقسمون إلى فئات اجتماعية والسلوك الاتصالي يتشابه داخل كل فئة. - موقع الفرد في البناء الاجتماعي يؤثر على استقباله. - الفئة قد تتحدد بناء على: السن، الجنس، الدخل، التعليم، الوظيفة. - أنماط الاستجابة تتشابه في داخل كل فئة - لذا فتأثير وسائل الإعلام ليس قوي، ولا متماثل، ولكنه يختلف بتأثير الفئات الاجتماعية.

ت. نظرية العلاقات الاجتماعية: جمهور وسائل الإعلام ليسوا مجرد أفراد منعزلين، أو أفراد مجتمعين في فئات اجتماعية، ولكنهم مرتبطون ببعضهم البعض في اتحادات، وعائلات، ونوادي... - دراسات على انتخابات الرئاسة الأمريكية عام ١٩٤٠م أكدت أن المناقشات السياسية كان لها أكبر الأثر على قرارات الناس أعلى من التعرض للراديو والصحافة. - الذين يزيد تعرضهم لوسائل الإعلام يمكن أن يؤثروا في الأقل تعرضًا لها. - العلاقات يجب أن توضع في الاعتبار. - بدأت تلك النظرية تبعد جدا عن فكرة المجتمع الجماهيري والنظريات الأولي.

نظريات التأثير غير المباشر:

أ. نظرية التأثير المعتمد على تقديم النموذج: تقول أن تعرض الفرد لنماذج السلوك التي تعرضها وسائل الإعلام تقدم للفرد مصدر من مصادر التعلم

الاجتماعي، مما يدفعه لتبني هذه النماذج في سلوكه اليومي. (الحلم الأمريكي من خلال السينما- فتيات الإعلانات)

ب. نظرية المعنى: يمكن لوسائل الإعلام أن تقدم معانٍ جديدة لكلمات اللغة، وتضيف عناصر جديدة للمعاني القديمة. وبما أن اللغة عامل حاسم في الإدراك والتفسير والقرارات فإن وسائل الإعلام يصبح لها دور حاسم في تشكيل السلوك بشكل غير مباشر. (الثورة- النكسة- الفتح العربي).

ج. نموذج الحاجات والإشباعات: وتقول تلك النظرية: إن جزءًا هامًا من استخدام الناس لوسائل الإعلام موجه لتحقيق أهداف يحددها الأفراد، وهم يقومون باختيار وسائل إعلامية معينة لإشباع احتياجاتهم مثلما قال مارك ليفي هناك خمسة أهداف من استخدام الناس لوسائل الإعلام (مراقبة البيئة- التوجه المعرفي- عدم الرضا- التوجه العاطفي- التسلية) .

نظريات الاتصال الإقناعي:

أ. النموذج النفسي: يعتمد على نظرية الاختلافات الفردية - الرسالة الفعالة هي التي تتمكن من تحويل البناء النفسي للفرد بشكل يجعل الاستجابة المعلنة متفقة مع موضوع الرسالة. - النموذج هو: الرسالة الإقناعية- تغير أو تنشط العمليات النفسية الكامنة- تحقق السلوك الظاهر المرتبط بالعمليات النفسية - خطواتها: (وصول الرسالة للشخص، قبوله لها ليفكر فيها، تقييمه للأهداف التي سيحققها من تنفيذه للسلوك، اختيار القيام بالسلوك.

ب. النموذج الثقافي الاجتماعي: يعتمد على نظرية الفئات الاجتماعية والعلاقات الاجتماعية - من الصعب تفسير سلوك الأفراد بناء على المتغيرات النفسية وحدها لأنهم دوما يتصرفون داخل سياق اجتماعي - النموذج هو: الرسالة الإقناعية- تحدد أو تعيد تحديد العملية الثقافية- تشكل أو تغير معايير السلوك المتفق عليها داخل الجماعة- تحقق تغير في اتجاه السلوك المعلن.

- لابد من مراعاة أن: هناك مجتمعات ذات نظم ثقافية قاسية توجه الفرد وتقدم له بناء كامل للحقيقة، وهناك مجتمعات أخرى على النقيض، تتاح فيها الفرصة أمام الأفراد لتحديد.

ولقد قسم الباحثون وعلماء الاتصال النظريات إلى خمسة أنواع هي:

١. **الاستخدامات والإشـباعات:** (وتسمى نظرية الاستعمالات والرضا)
تهتم هذه النظرية بدراسة الاتصال الجماهيري دراسة وظيفية منظمة وهي ترى أن الجماهير فعالة في انتقاء أفرادها لرسائل ومضمون مفضل من وسائل الإعلام وهي جاءت كرد فعل لمفهوم قوة الإعلام الطاغية [٣٤]

٢. **انتشـــار الابتكارات:**
وتفترض أن تدفق الاتصال يتم على مراحل وهو يسمح بالمزيد من الاحتمالات المعقدة لتدفق الاتصال إذا أنه يرى أن تدفق المعلومات ينساب عبر أفراد عديدين وأن قنوات الاتصال تكون أكثر فعالية في زيادة المعرفة حول المبتكرات. [٣٥]

٣. **التبعيـــة:**
محور هذه النظرية أن الجمهور يعتمد على معلومات وسائل الإعلام ليحقق حاجاته ويحصل على أهداف معينة، والنقطة الهامة في هذه النظرية «أن وسائل الإعلام ستؤثر في الناس إلى درجة التي فيها يعتمدون على معلومات تلك الوسائل، وتركز هذه النظرية على العلاقات بين النظم – المعلومات الصغرى والمتوسطة والكبيرة ومكوناتها». [٣٦]

---

(٣٤) مكاوي، عماد حسن، المصدر السابق، ص١٥٦.

(٣٥) ليلى، حسين السيد، د.عماد مكاوي، حسن،الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية للنشر، ص٢٥٤

(٣٦) صالح، د. خليل أبو أصبع، الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة، دار المجدلاوي لنشر والتوزيع، ط٥، ٢٠٠٦، ص١٦٢.



٤. **الإنمـــاء الثقافي**: وتسمى أيضا بـ (الغرس الثقافي):
ظهرت هذه النظرية في أمريكا خلال عقد السبعينيات كمنظور جديد لدراسة أثر وسائل الإعلام تقول هذه النظرية، أن مداومة التعرض للتلفاز ولفترات طويلة ومنتظمة تنمي لدى المشاهد اعتقادا بأن العالم الذي يراه على شاشة التلفاز إن هو إلا صورة من العالم الواقعي الذي يحيا فيه، وهذه النظرية مرتبطة بالجهود التي طورها الباحث الأمريكي جورج جربنر. (٣٧)

ونظرا لأهمية هذه النظرية وارتباطها بدراستنا من حيث التأثيرات المجتمعية للصحف وتكوين الصور الذهنية من خلال استخدام آلياتها في التواصل فسوف نتاولها بشيء من التفصيل على النحو الآتي:

نظرية الغرس (بناء المعاني):

تعد نظرية الغرس cultivation theory تصويرا تطبيقيا للأفكار الخاصة بعمليات بناء المعنى وتشكيل الحقائق الاجتماعية والتعلم من خلال الملاحظة والدوار التي تقوم بها وسائل الإعلام في هذه المجالات. حيث تؤكد الفكرة العامة التي تجتمع حولها النظريات السابقة وهي قدرة وسائل الإعلام في التأثير على معرفة الأفراد وإدراكهم للعوالم المحيطة بهم خصوصا للأفراد الذين يتعرضون إلى هذه الوسائل بكثافة. (٣٨)

ولذلك تربط هذه النظرية بين كثافة التعرض واكتساب المعاني والأفكار والمعتقدات والصور الرمزية حول العالم الذي تقدمه وسائل الإعلام بعيدا عن العالم الواقعي أو الحقيقي. والتأثير في هذا المجال ليس تأثيرا مباشرا حيث يقوم أولا على التعلم ثم بناء وجهات النظر حول الحقائق الاجتماعية بحيث يمكن النظر إلى أنها عملية تفاعل بين الرسائل والمتلقين. (٣٩)

---

(٣٧) ليلى، د.حسين السيد، د.عماد مكاوي، حسن، المصدر السابق، ص٢٩٩.

(٣٨) الهادي، محمد محمد: أساليب إعداد وتوثيق البحوث العلمية، المكتبة الأكاديمية،القاهرة ،الطبعة الأولى١٩٩٠، ص١٣

(٣٩) عقيل، حسين عقيل: فلسفة مناهج البحث العلمي، مكتبة مديولي، ط١، طرابلس،.١٩٩٠

أما مفهوم الاتجاه السائد فيقصد به التجانس بين الأفراد ذو درجة الكثافة الواحدة في اكتساب الخصائص الثقافية المشتركة للمجتمع، وبالتالي فإن الاتجاه السائد يشير إلى سيطرة الوسيلة في غرس الصور والأفكار بشكل يجعل الفوارق أو الاختلافات تقل أو تخفي بين الجماعات ذات الخصائص المتباينة.(٤٠)

أما مفهوم الصدى أو الرنين فيقصد به تلك التأثيرات المضافة لتأكيد هذه الخبرات من خلال استدعائها بواسطة الوسيلة التي يتعرض لها الأفراد أصحاب هذه الخبرات بكثافة أعلى. وركز جيربنر في هذا المجال على زيادة إدراك العنف في الأعمال التلفزيونية مثلا ، ووصف العالم الخارجي به لدى المشاهدين الذين يعيشون في ظروف عنف غير عادية ويتعرضون للتلفزيون بكثافة أعلى.(٤١)

ولهذا تسعى هذه الدراسة لبيان مدى التاأثير المباشر وغير المباشر من خلال الصحف على المجتمع ورسم صورة ذهنية - (متباينة) أحيانا – فيما يخص هيئة الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر، ويتضح ذلك من خلال استعراض إستراتيجيات الإقناع.

---

(٤٠) نجاحي، محمد العزيز: البحوث والرسائل الجامعية قواعد ومناهج وتقنيات، دار إسهامات في أدبيات المؤسسة،تونس، ١٩٩٣.

(٤١) محمد، عبد الحميد محمد، دراسات الجمهور في بحوث الإعلام، دار عالم الكتاب،١٩٩٣..

المطلب الثاني:

إستراتيجيات الإقناع

يسعى الإعلام (خاصة الصحف) أن يصل إلى إقناع المتلقي والاستحواذ عليه، من خلال مضامينه، التي يبثها وفق إستراتيجيات ثلاث، هي:

١. الإستراتيجية الدينامية النفسية، التي يخاطب من خلالها الجمهور، نفسياً ووجدانياً وعاطفياً.
٢. الإستراتيجية الثقافية الاجتماعية، التي تخاطب المتلقي وفقاً لعاداته وتقاليده وثقافته.
٣. إستراتيجية إنشاء المعاني، التي تهدف إلى غرس معان جديدة في المجتمع، قد لا تتجانس مع ما هو سائد فيه.

وفيما يأتي سوف نعرض لإستراتيجيات الإقناع حيث تتعدد (النظريات) التي حاولت تفسير الظاهرة الإعلامية وتأثيراتها على الجمهور.. واعتمدت في بداياتها المدخل النفسي لتفسير مكونات الظاهرة، ثم المدخل الاجتماعي، من واقع البحوث الميدانية، التي حاولت الوقوف على العملية الإعلامية وتأثير الرسالة الإعلامية على الجمهور المستهدف.. وحينما تيقن العلماء فشل المدخل النفسي منفرداً وكذلك المدخل الاجتماعي منفرداً في تحليل الظاهرة فتم دمج المدخلين بهدف تحديد وظائف وتأثيرات وسائل الإعلام في المجتمع، انطلاقاً من أن الوظائف أدوار عامة تؤديها وسائل الإعلام، وأن التأثيرات عبارة عن نتائج تحديد هذه الأدوار.

وتأثير الرسالة الإعلامية يبدأ بإقناع الجمهور بمشاهدتها أو الاستماع إليها أو قراءتها.. ولفكرة الإقناع الأساسية جذور قديمة، فقبل عصر الاتصالات الجماهيرية بوقت طويل، كان مصطلح «علم البيان» أو «الفصاحة» يستخدم للإشارة إلى فن استخدام اللغة للتأثير على أحكام الآخرين وسلوكهم؛ ومن خلال

الزمن الذي كان فيه الصوت البشري هو الوسيلة الوحيدة للاتصال، التي يمكن استخدامها لإقناع الناس بتغيير المعتقدات والأعمال، كانت تلك مهارة هامة بالفعل.. ومع ازدياد تطور المجتمعات، ازدهر فن الإقناع الشفهي بالكلام الفصيح.

وكان الإقناع كفن يُمارس منذ قرون، غير أن «علم الإقناع»، الذي انبثق فيما بعد هو نتاج القرن العشرين، ومقارنة بالعلوم الأخرى فهو حديث، ولذلك يرى بعض المهتمين بالأمر أن الحكم على هذا العلم يجب أن ينطلق من الإجابة عن السؤال القائل: هل أوجد العلم إغراءات مقنعة تستطيع السيطرة على السلوك الإنساني؟ وأيًّا ما كانت أساليب الإقناع، فناً أو علماً، فإنها سوف تزداد فاعليتها في السيطرة على السلوك[٤٢].

وعملية الإقناع تبدأ من الفكرة وطريقة التعبير عنها وأسلوب نقلها.. والربط بين الفكرة والتعبير عنها وكيفية نقلها، من الأمور الشائعة بين دارسي الإعلام وخبرائه، وبالرجوع لآرائهم يمكن الخروج بعدة قواعد أساسية تعطي وجهة نظر سائدة[٤٣]

القاعدة الأولى: أن الكلمات عبارة عن رموز تستعمل للتعبير عن الأشياء أو الأفكار أو المفاهيم أو التجارب أو الأحاسيس.

القاعدة الثانية: أن الكلمة الواحدة أن تحمل معان كثيرة ويكون لها أكثر من استعمال.

القاعدة الثالثة: عند استخدام الرموز الكلامية أو الكلمات الرمزية كدليل لاتصالاتنا العامة أو الخاصة، فإننا غالباً ما نعتمد على الشمولية دون التفاصيل.

---

(٤٢) الشنقيطي، سيد محمد ساداتي الأصول التطبيقية للإعلام الإسلامي (الرياض: دار عالم الكتب للنشر والتوزيع، ١٩٩٦م) ص ٤٣-٤٤.

(٤٣) الشنقيطي، سيد محمد ساداتي المرجع السابق، ص٤٤.

القاعدة الرابعة: من خلال دورة معاني الكلمات بين الناس وتبادلهم لها، يتحدد المعنى الذي يتصل بالعلاقة بين الرموز أو الموضوعات أو المفاهيم التي تعود عليها.

القاعدة الخامسة: من الكلمات ما يمكن أن تكون لها معانٍ ظاهرة وأخرى باطنة.

القاعدة السادسة: تميل الحقيقة إلى الثبات بينما تتجه اللغة للحركة الميكانيكية.

فهذه هي القواعد التي تربط الفكرة بالتعبير عنها وأسلوب نقلها.

والفكرة من حيث الاصطلاح الإعلامي هي: «الشكل المحدد للتعبير عن مجموعة من المواقف المرتبطة بشخصيات حقيقية أو اختيارية خلال ظروف اتصالية محددة»[٤٤]، ومن ثم «فإن الإقناع في السياق الحالي يشير بصورة أساسية إلى استخدام وسائل الإعلام الجماهيرية لتقديم رسائل مخططة عمداً لاستنباط سلوكيات معينة من جانب جماهير القراء أو المستمعين أو المشاهدين، ولذلك فإن التعديل الواقعي للسلوك هو الهدف الذي ينبغي تحقيقه باعتباره المتغير التابع في النظرية التي تستهدف تفسيره»[٤٥].

وعلى الرغم من الصعوبة الماثلة للعيان في تحديد أثر الإعلام في السلوك، إلا أن المعلومات التي توفرها وسائل الإعلام تقوم بدور محفز في هذا المجال.. ويمكن القول على وجه العموم: بأن المعلومات التي يستقبلها الإنسان من وسائل الإعلام تصب في المخزون المعرفي، الذي يستقبل أيضاً معلومات إضافية من مصادر أخرى وعبر قنوات أخرى. وتتفاعل تلك المعلومات مع المخزون المعرفي المتراكم فتؤدي إلى تكوين صورة معرفية عقلية معدلة يتصرف الإنسان في ضوئها وبموجبها.

---

(٤٤) ديلفر، ملفين، نظريات الإعلام، مرجع سابق، ص٣٨٠.

(٤٥) ديفلر، ملفين وساندرا بول، نظريات الإعلام، ترجمة كمال عبد الرؤوف، الطبعة الثانية (القاهرة: الدار الدولية للنشر والتوزيع، ١٩٩٨م) ص٣٧٨.

وفيما يأتي نعرض بشيء من التفصيل هذه الإستراتيجيات وعلاقتها بهذه الدراسة:

أولاً: الإستراتيجية الدينامية النفسية:

تقوم الافتراضات الأساسية في علم النفس على المؤثر والاستجابة عند الفرد، وذلك على النحو الآتي:

١. أن المؤثرات تُسْتَقبل وتُكتَشف بواسطة الأحاسيس من المحيط الخارجي.

٢. أن خصائص الكائنات العضوية تشكل نوع الاستجابة التي ستحدث، مما يتيح ذلك ظهور بعض أشكال السلوك. ويمكن تحديد العوامل المؤثرة في الآتي:

أ. مجموعة من خصائص بيولوجية بشرية أو صفات موروثة.

ب. مجموعة أخرى من عوامل قد تكون قائمة أساساً على البيولوجيا جزئياً والتعليم جزئياً، مثل الحالات والظروف الانفعالية.

ج. مجموعة من عوامل مكتسبة أو جرى تعلمها لتنظيم التركيب الإدراكي للفرد.[٤٦]

وتدرك هذه النظرية التركيب المعقد للمكونات البيولوجية والعاطفية والإدراكية، ومن بين هذه الأنواع الثلاثة تركز الإستراتيجية الدينامية النفسية إما على عوامل عاطفية أو عوامل إدراكية، إذ من المستحيل تعديل عامل بيولوجي موروث كالطول أو العنصر أو الجنس.

لذا تستخدام وسائل الاتصال الجماهيري لإثارة حالة انفعالية كالغضب أو الخوف، والتي يمكن أن تكون مهمة عندئذ في تشكيل الاستجابة.

وتحاول هذه الإستراتيجية ربط الإثارة الانفعالية بأشكال معينة من السلوك؛ وفي حين أن العواطف تمثل أساساً واضحاً لهذه الإستراتيجية إلا أن استخدامها يتم في عدد محدود من المواقف خاصة تلك التي على صلة بالجوانب الإنسانية. «أما العوامل الإدراكية فهي مؤثرات على السلوك الإنساني، ومن ثم فإنه إذا كان من الممكن تغيير العوامل الإدراكية فسوف يتسنى عندئذ تغيير السلوك بكل تأكيد».[٤٧]

---

(٤٦) ديفلر، ملفين: نظريات الإعلام، مرجع سابق، ص٣٧٩.

(٤٧) ديفلر، ملفين: المرجع السابق، ص٣٨٤.

إن جوهر الإستراتيجية الدينامية النفسية هو استخدام رسالة إعلامية فعالة لها القدرة على تغيير الوظائف النفسية للأفراد حتى يستجيبوا لهدف القائم بالاتصال، أي أن مفتاح الإقناع يكمن في تعلم جديد من خلال معلومات يقدمها القائم بالاتصال لكي يتغيَّر البناء النفسي الداخلي للفرد المستهدف (الاحتياجات- المخاوف - التصرفات) مما يؤدي إلى السلوك العلني المرغوب فيه.

وتستخدم وسائل الإعلام العالمية هذه الإستراتيجية بشكل فاعل من خلال أساليب التضليل الإعلامي المرتكز إلى خمس أساطير هي:[٤٨]

١. أسطورة الفردية والاختيار الشخصي.
٢. أسطورة الحياد.
٣. أسطورة الطبيعة الإنسانية الثابتة.
٤. أسطورة غياب الصراع الاجتماعي.
٥. أسطورة التعددية الإعلامية.

ويمكن ملاحظة ذلك من خلال التغطية الإخبارية للأحداث والمضامين ذات الطابع الدرامي، إضافة للإعلانات، كما نلاحظه كثيرا في التغطية الصحفية لأخبار الهيئة وعرض مشكلاتها.

ثانياً: الإستراتيجية الثقافية الاجتماعية:

بينما تقوم الافتراضات الأساسية لعلم النفس على أن السلوك يمكن السيطرة عليه من قوى داخل الفرد، «فإن العلوم الاجتماعية الأخرى تفترض أن قدراً كبيراً من السلوك الإنساني تشكله قوى من خارج الفرد»[٤٩].

وتؤكد دراسة المجتمعات البشرية تأثير للثقافة على السلوك، بينما يهتم علم السياسة بدراسة هياكل الحكم وممارسة السلطة، أما علم الاجتماع فإنه يدرس

(٤٨) شللير، هربرت ، المتلاعبون بالعقول، ترجمة عبد السلام رضوان، الكويت، سلسلة عالم المعرفة، العدد ١٠٦، ١٩٨٦، ص ١٣-٣٠..

(٤٩) ديلفر، ملفين: مرجع سابق، ص ٣٨٦.

تأثير النظام الاجتماعي على سلوك الجماعة.. وتقدم كل هذه العلوم أساساً للتنبؤ بطبيعة العمل البشري.

كما «أن كلاً من العوامل الاجتماعية والثقافية تشكل خطوطاً توجيهية للسلوك البشري، ولهذا السبب فإن مثل هذه العوامل الخارجية يمكن أن تهيئ أساساً للإقناع، مع افتراض أنه يمكن للفرد تحديدها أو التحكم فيها».(٥٠)

إن ما تتطلبه إستراتيجية ثقافية اجتماعية فعالة هو أن تحدد رسائل الإقناع للفرد قواعد السلوك الاجتماعي، أو المتطلبات الثقافية للعمل الذي يحكم الأنشطة، التي يحاول رجل الإعلام أن يحدثها، وإذا كانت التحديات موجودة فعلاً تصبح المهمة هي إعادة تحديد هذه المتطلبات.

وتستخدم الدول الأجنبية هذه الإستراتيجية لبث ثقافتها وتقاليدها في البلدان الأخرى، وهذا يعني أن الرسالة الإعلامية تعمل على تعميم ثقافة تلك الدولة وقيمها، وتقيم لغة مشتركة بين البلدين، تسهل للطرف الأقوى فرض سيطرته على الطرف الأضعف.

ثالثاً: إستراتيجية إنشاء المعاني:

تستخدم وسائل الإعلام الجماهيرية في إنشاء ودعم الصور الذهنية من خلال مصادر غير محددة للمعلومات، تعمل على صياغة أو تعديل المعاني التي خَبِرها الناس عن كل شيء. ويتضمن نموذج المعاني أساساً المقترحات المتشابكة الآتية:

- الذاكرة عند الإنسان تتيح تطوير المعرفة.
- المعرفة موجودة على شكل مفاهيم، وهي تركيبات لها أسماء أو تصنيفات للمعاني التي يذكرها الأشخاص.
- معاني المفاهيم يمكن للشخص أن يحصل عليها إما عن طريق الاتصال

(٥٠) مكاوي، حسن عماد، وليلى حسين، نظريات الإعلام المعاصرة، الطبعة الأولى (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، ١٩٩٨م) ص٢٠٤

الحسي المباشر مع النواحي المختلفة للواقع، أو من خلال التفاعل الرمزي مع الجماعات التي تستخدم اللغة.

- اللغة هي أساساً مجموعة من الرموز (اللفظية وغير اللفظية) تستخدم في تمييز وتسمية وتصنيف المعاني المتفق عليها.
- العادات أو الاتفاقات، توجد الروابط بين الرمز والمعنى، وبهذا فهي تتيح عملية الاتصال بين هؤلاء الذين يلتزمون بالقواعد.
- رموز اللغة المتفق عليها، التي يستخدمها شعب معين، تشكل فهمه أو تفسيره أو سلوكه تجاه عالمه المادي والاجتماعي. (٥١)

وقد أحصى بعض العلماء وظائف اللغة الاجتماعية في الآتي:

أ. "اللغة تجعل للمعارف والأفكار البشرية قيماً اجتماعية، لسبب يقوم على استخدام المجتمع للغة بقصد الدلالة على أفكاره وتجاربه.

ب. اللغة تحتفظ بالتراث الثقافي والتقاليد الاجتماعية جيلاً بعد جيل.

ج. اللغة عبارة عن وسيلة لتعلم الفرد، تعينه على تكييف سلوكه وضبطه حتى يلائم تقاليد المجتمع وسلوكياته.

د. اللغة تزود الفرد بأدوات التفكير، وما وصل المجتمع البشري إلى ما هو عليه الآن إلا من خلال التعاون الفكري المنظم لحياته، ولا يأتي هذا التعاون الفكري إلا بالتفاهم وتبادل الأفكار بين أفراد المجتمع، والوسيلة الميسورة لهذا التبادل والتفاهم هي اللغة". (٥٢)

إن إستراتيجية إنشاء المعاني تقوم على أن وسائل الإعلام تكوِّن الصور الذهنية لرؤوسنا، وتنمي معتقداتنا عن العالم الحقيقي، وتؤثر في سلوكنا، كما أنها تنشأ وتغير وتثبت المعاني ككلمات في لغتنا، وتؤثر هذه التعديلات للمعاني في استجابتنا للموضوعات المختلفة.

---

(٥١) ديلفر، ملفين: مرجع سابق، ص ٣٥٩.

(٥٢) شرف، عبد العزيز: علم الإعلام اللغوي (القاهرة: الشركة المصرية العالمية للنشر، ٢٠٠٠م) ص١٢٦.

وإذا افترضنا أن وسائل الإعلام يمكن أن تعدل المعاني وتؤثر على السلوك بدون قصد، «فإن هناك أسساً كافية للاعتماد على إستراتيجية بناء المعاني بغرض تغيير السلوك عن قصد، فالمعلومات التي تنقل إلى الجماهير يجب أن تكون فاعلة».(٥٣)

كما أن الإستراتيجية النفسية تهدف إلى تعديل أو تنشيط العامل الإدراكي للفرد؛ بينما تهدف الإستراتيجية الثقافية الاجتماعية إلى صياغة أو تعديل التعريفات لسلوك اجتماعي متفق عليه من قبل الجماعة، أو تعيد تحديد متطلبات ثقافية أو قواعد سلوك للجماعة من خلال أدوار محددة أو مراتب أو عقوبات؛ فيما تهدف إستراتيجية إنشاء المعاني إلى خلق معانٍ جديدة، أو تغيير معانٍ راسخة داخل أي مجتمع من المجتمعات.

وتؤكد هذه الإستراتيجيات أن الإقناع في أدبيات الاتصال يرتبط ببناء الرسالة وأسلوب تقديمها.. وعلى الرغم مما يشار إليه دائماً من تأثيرات لعناصر أخرى في عملية الاتصال، إلا أن «الرسالة وخصائصها تظل هي المتغير الأساس والحاسم في تحقيق هدف الإقناع في الحصول على استجابات موالية.. ويُعتبر تخطيط الرسالة الإعلامية وبناؤها البداية الناجحة لزيادة التوقعات بنجاح الرسالة العملية الإقناعية».(٥٤)

---

(٥٣) مكاوي، عماد، وليلي حسين، مرجع سابق، ص ٢٠٧.

(٥٤) عبد الحميد، محمد ، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، ط٢ (القاهرة: عالم الكتب، ٢٠٠٠م) ص٣٢١.

خلاصة النظريات:

إن نظريات الاتصال تؤكد –غالبا- إن صناعة القرار للقائم بالاتصال أو للفرد والمجتمع عملية معقدة تشترك فيها العديد من العوامل والمتغيرات والاتجاهات والقيم سوى للفرد أو المجتمع، والتي تساهم في مجموعها في إعطاء الصورة الحقيقية لصناعة القرار، ولأن عالم اليوم هو عبارة عن قرية صغيرة يمكن فيها للمتلقي التأثر والتأثير في صناعة القرار ورسم الواقع المتخيل بمساعدة التكنولوجية الحديثة والمحدثة والتي ساهمت في التأثير الكبير في لوسائل الإعلام والاتصال على المتلقين (الفرد أو المجتمع)، وبذلك أصبح لابد من القائمين عليها والدارسين لها من وضع الأسس والنظريات المفسرة لسلوك هذه الوسائل وتأثيرها على المتلقين في إحداث التغير المطلوب لصالح القائم بالاتصال، ومن ثم فإن صناعة القرار لكلا طرفي عملية الاتصال تأخذ صورة من أحد ثلاث صور مفترضة:

١- تكون السيطرة لوسائل الإعلام على المتلقي بشكل مباشرة من خلال إثارة الخوف لديه من المجهول المتوقع، وكذلك استعمال الإثارة المؤقتة في تلبية حاجات ضرورية له.

- المتلقي يكن منعزل، مسلوب الإرادة يعاني من ضعف العادات والتقاليد والأعراف.
- يتسلم المتلقي المعلومات بشكل فردي ورد الفعل لديه فردي أيضا.
- صناعة القرار تكون مرتبطة بوسائل الإعلام وأهدافها بشكل مباشر.
- نظرية الرصاصة السحرية والمجتمع الجماهيري ودوامة أو لولب الصمت هي المعتمدة في رسم صورة المشهد هذا.

٢- تكون السيطرة لوسائل الإعلام على المتلقي بشكل انتقائي حيث تقدم رسائلها إلى المتلقي وتستقبل ردود الأفعال بشكل انتقائي ويرجع ذلك إلى اختلاف الأفراد فيما بينهم في العادات والأعراف والتقاليد.

- المتلقي فيها ليس منعزلا بل اجتماعيا ويؤثر في الآخرين وبذلك يجب على وسائل الإعلام إدراك حاجات ورغبات المتلقين وتقديمها إليهم من غير استخدام أسلوب الإثارة الرخيصة.
- يتسلم المتلقي المعلومات بشكل فردي وجماعي ورد الفعل لديه فردي وجماعي.
- صناعة القرار تكون مشتركة بين وسائل الإعلام والمتلقي ويمكن ترجيح أحدهما على الآخر حسب قوة الرسالة ومدى ذكاء المتلقي.
- نظرية الاستخدامات والإشباعات وانتشار المبتكرات هي المعتمدة في رسم صورة هذا المشهد.

٣- تكون السيطرة للمتلقين على وسائل الإعلام من خلال استخدامات المتلقين لهذه الوسائل ومدى اعتماد الفرد عليها وذكائه في معرفة كيفية استخدامها وبذلك تكون هناك علاقة تفاعلية بين المتلقي ووسيلة الاتصال.

- صناعة القرار تكون مشتركة بين وسائل الإعلام والمتلقي ويمكن ترجيح أحدهما على الآخر حسب قوة الرسالة ومدى ذكاء المتلقي.
- يتسلم المتلقي المعلومات بشكل فردي وجماعي ورد الفعل لديه فردي وجماعي.
- نظرية الغرس الثقافي وترتيب الأولويات والفجوة المعرفية هي المعتمدة في رسم صورة هذا المشهد.

وبذلك نجد أن هذه النظريات تحاول الإجابة عن سؤال أو إشكالية صناعة القرار مع الاهتمام بالعوامل الأخرى المتعلقة بالمرسل والرسالة والوسيلة ورجع الصدى أن الفهم الواعي لهذه النظريات يؤدي إلي نجاح عملية الاتصال، مما يدعونا لاستثمار ما يمكن منها والاستفادة منه في التواصل والتأثير من خلال برامج تعدها الهيئة لتؤكد دورها المجتمعي وتعزيز شعيرة الحسبة.

المبحث الثالث:

المهام الإعلامية لهيئة الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر

إن كان جهاز هيئة الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر أنشئ للقيام بأعمال الحسبة المعروفة وهو ضمن القضايا والإطار العام لأعمال الحسبة والأمر بالمعروف والنهي عن المنكر، فلقد تحركت هيئة الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر لتفعيل دورها الإعلامي، والانفتاح الإيجابي مع وسائل الإعلام بشفافية وموضوعية بما يساند أعمالها، إضافة إلى توفير المعلومات الدقيقة على وجه السرعة، والاستمرار في تحسين أداء العمل الميداني والتدريب لمنسوبيها.

وترتكز أعمال هيئة الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر أساسا في إرشاد الناس ونصحهم بإتباع الواجبات الدينية المقررة في الإسلام وحملهم على أدائها إذا لزم الأمر، وهناك الشق الثاني وهو النهي عن المنكر بما يحول ارتكاب المحرّمات والممنوعات شرعاً.

ويصل إلى علم الهيئة أثناء قيامها بتنفيذ أعمالها إخباريات وشكاوى عن منكرات شرعية ومخالفات دينية فتتبع في ذلك الإجراءات المتبعة والمنظمة لتلقي الشكاوى والمنبعثة من قوله تعالى: ﴿ يَٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُوٓاْ إِن جَآءَكُمۡ فَاسِقُۢ بِنَبَإٖ فَتَبَيَّنُوٓاْ أَن تُصِيبُواْ قَوۡمَۢا بِجَهَٰلَةٖ فَتُصۡبِحُواْ عَلَىٰ مَا فَعَلۡتُمۡ نَٰدِمِينَ ﴾ الحجرات: ٦

إضافة إلى دوريات الهيئة قد تصادف مخالفات فورية أثناء أدائها عملها فتتعامل مع الحالة وفق تعليمات الضبط الواردة في هذا الشأن. وفي كلتا الحالتين يتم إحالة القضايا إلى جهات الاختصاص ما عدا القضايا البسيطة التي يتم التعامل معها وحلها داخل المركز .

ويحكم عمل الهيئة أنظمة وتعليمات منها ما يتعلق بواجباتها الأساسية ومنها ما يدخل ضمن الأعمال الأخرى الثانوية التي تقوم بها والتي تتبع فيها التعليمات الخاصة بذلك الأمر كتعليمات تلقي الشكاوى مثلا أو تعليمات القبض على الأشخاص في حالة تلبس حيث تأخذ الهيئة هذه الأحكام من مصادرها التي وردت بها سواء مرشد الإجراءات الجنائية الصادر عن الإدارة العامة للحقوق بوزارة الداخلية أو لائحة الاستيقاف والتفتيش الصادرة عن وزارة الداخلية أو غيرها من الأوامر والتعليمات في الأمور والإجراءات التي تتخذها والخارجة غالبا عن اختصاصها.

وما المهم هنا التاكيد على أن أي عمل تقوم به الهيئة إنما هو داخل ضمن الأعمال النظامية التي شملها النظام ووردت فيها التعليمات حتى لو لم تكن داخلة أصلا ضمن اختصاص الهيئة فتستعير هنا التعليمات من جهاتها وتتمشي بها.

ومن هذه التعليمات - على سبيل المثال لا الحصر - التعليمات المنظمة لتلقي الشكاوى والتي صدر فيها الأمر السامي رقم٤/س/٥٦٠١ في١٠/٣/١٣٩٩هـ والمعمم برقم ١٣٨٧٣في ١٣/٤/١٣٩٩ والقاضي بعدم قبول أي شكوى ما لم تكن موقعة وموضح عليها اسم الشاكي كاملا وعنوانه ورقم الحفيظة ومصدرها ليسهل البحث عنه وإحضاره عند الحاجة. [٥٥]

وقد تستعين الهيئة ببعض الإجراءات الجنائية المعروفة لدي الأجهزة الأمنية كالبحث والتحري والمراقبة أو حتى المرشدين وخاصة في القضايا التي تصل إلى علمها وتحتاج إلى بحث وتحري حول صحة المعلومات ألوارده في الشكوى ولضمان أن الشكوى ليست كيدية أو كاذبة وذلك تمشيا مع الأوامر والتعليمات المنظمة لذلك.

ولا تستخدم الهيئة هذه الطرائق إلا بعد وجود اشتباه أو وصول معلومات إليهم حول وجود نشاط ضار يمارسه بعض الأشخاص أو أن يكون مكان ما قد اتخذ مقرا لممارسة المنكرات المخالفة للشريعة. [٥٦]

(٥٥) مرشد الإجراءات الجنائية : ٢١

(٥٦) المطيري،١٤١٠هـ : ١٠١

جهــود الهيئــة:

إن وسائل الإعلام -في الأصل- أدوات محايدة قد تستخدم في الخير وقد تستخدم في الشر، وفي عصرنا الحاضر استخدمت في كثير من الشر، ويعود ذلك إلى أن اكتشاف هذه الوسائل التقنية الحديثة على أيدي بعض من لا يكون الدين أول اهتمامهم أو غايتهم، فسخروها في خدمة شهواتهم ونصرة معتقدهم.

وتتنوع تلك الوسائل فمنها كتب تعمل على تشويه صورة الإسلام أو كتب تدعو إلى التغريب، أو تنشر العقائد الضالة بين شبابنا وأجيالنا المعاصرة، ومنها أشرطة مسموعة أو مرئية، ومنها صحف ومجلات ورسوم ساخرة، ومنها قنوات فضائية وشبكات إنترنت، وغير ذلك من وسائل إعلامية ينفث من خلالها أعداء الدين سمومهم.

ولقد كان لهيئة الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر دور رئيس في التصدي لكثير من الوسائل المنحرفة، مما دعاها لإنشاء إدارة العلاقات العامة والإعلام ومن أبرز مهامها:

- التعريف بنشاط الرئاسة وأهدافها وإيضاح رسالتها من خلال وسائل الإعلام المختلفة.
- تقويم وتدعيم الروابط بين الرئاسة ومنسوبيها مع الإدارات الحكومية الأخرى والجمهور.
- إصدار نشرة داخلية إعلامية دورية لمنسوبي الرئاسة وفروعها وتهدف إلى تنمية المعلومات المتصلة بالعمل.
- متابعة ما ينشر في الصحف المحلية حول الرئاسة ودراستها وإعداد الردود المناسبة.
- التنسيق مع الإدارات ذات العلاقة في الجهات الأخرى لتبادل الآراء والخبرات لتطوير العمل الإعلامي.

وسنستعرض فيما يأتي بعض تلك الجهود:

أولا: في جانب (الأمر بالمعروف):

من الطرائق المناسبة للتصدي لتغريب المجتمعات أن يزاحم الخيرُ الشرَّ في هذه الوسائل، حتى يغلب الخير على الشر، وهذه طريقة تحتاج إلى وقت طويل حتى تؤتي ثمارها، مع الالتزام بشروط هامة من أبرزها: الثبات على المبادئ مهما كلف الأمر، الإتقان في أساليب العرض والإخراج، الجودة في استخدام وسائل التقنية، كثرة الإنتاج وتزايده مع استمرار الوقت، ولا بد أن يتولى العمل بهذه الطريقة المختصون في الإعلام والدعاة والفضلاء من أبناء المجتمع المسلم.

ومما تقوم به الهيئات في هذا المجال ما يأتي:

المشاركة في وسائل الإعلام المرئية وذلك عبر البرامج الهادفة، ذات المضامين التي يحتاجها الناس وتعالج مشكلات حقيقية في المجتمع، كما قدمت الهيئة برامج (تلفازية) متنوعة مثل برامج عن السحر والشعوذة، إضافة إلى المشاركة في وسائل الإعلام المسموعة، ومن ذلك مشاركة الهيئة ببرنامج « أضواء على الحسبة » الذي يبث عبر إذاعة القرآن الكريم من الرياض أسبوعيًا. وبعض المشاركات الأخرى عبر برنامج لقاء الجمعة [٥٧].

ومنها المشاركة الفعالة في نشر الكتيبات والمطويات والأشرطة النافعة التي تهدف إلى تعليم الناس دينهم، وتحذرهم من الأخطار المحدقة بهم.

كذلك المشاركة في مجال الإنترنت، فقد قام فرع الرئاسة العامة بمنطقة المدينة المنورة بإنشاء موقع له على شبكة المعلومات (إنترنت) وتم تشغيله منذ رمضان عام ١٤٢٣ هـ.[٥٨]

---

(٥٧) انظر: التقرير الإحصائي السنوي لإنجازات الرئاسة العامة للهيئات خلال عام ١٤٢١ هـ.

(٥٨) وعنوانه: http:\\www.hesbah.com

ثانيًا: في جانب (النهي عن المنكر):

الإنكار على ما يرد في وسائل الإعلام من مخافات فكرية أو عقدية ومن ذلك:

الرفع عن أي منكر يأتي في برامج التلفاز أو الإذاعة، أو القنوات الفضائية، ومن المعلوم أنه إذا لم يمكن إزالة المنكر بالكلية فإنها تعمل جاهدة على تقليله إلى أدنى حد ممكن. ولذا فقد صدرت التعليمات [٥٩] بمنع استخدام القنوات الفضائية في الأماكن العامة لأنها من باب الجهر بالمنكر. وتم الرفع عن قناة فضائية (C TV) وهي تبث برامج تدعو إلى النصرانية [٦٠] .

"كما ساهمت الهيئة في الاحتساب على بعض الذين يقومون بترويج بطاقات خاصة (كروت مشفرة) تعمل على فتح بعض القنوات الممنوعة والمنحرفة، وقد ورد في التقرير المرفوع بهذا الخصوص أنه من خلال الجولات الميدانية تبين أن هناك محركين للفساد يعملون على إفساد الإمة في عقر دارها فكريًا وأخلاقيا عبر هذه القنوات" ، [٦١] "وقد تم ضبط الهيئة عددا من مروجي هذه القنوات" . [٦٢]

الإنكار على بعض الأفلام الداخلة إلى مجتمعنا بالكتابة إلى جهات الاختصاص ليتم منع تداول هذه الأمور المفسدة، ومن ذلك الرفع عن فيلم (تايتنك) وجاء في التقرير المعد بخصوص هذا الفيلم أن من آثاره: " تعلق الشباب بهذا الفيلم يؤثر سلبًا في عقائدهم وأخلاقهم ويربطهم ببعض السلوكيات والعادات الغربية المتحللة.. " [٦٣]

---

(٥٩) كما جاء في تعميم الهيئة المعمم على مراكز الهيئة في ١٤٢٢/٥هـ.

(٦٠) كما جاء في خطاب الإدارة العامة للتوعية والتوجيه المؤرخ في ١٤٢٠/٦/٣ هـ .

(٦١) كما جاء في تقرير « دراسة عن القنوات الفضائية والكروت المشفرة » إعداد مركز هيئة قباء في رمضان ١٤٢٣ هـ.

(٦٢) كما نشر في صحيفة الاقتصادية، عدد (٣٢٤٦) في ١٤٢٣/٦/١٢ هـ، وصحيفة المدينة، عدد (١٤٣٩٠) في ١٤٢٣/٧/٩ هـ .

(٦٣) كما جاء في التقرير المعد من قبل فرع رئاسة الهيئات بمنطقة المدينة المنورة في ١٤١٩/١٠/٢٨هـ .

"كما تحتسب الهيئة على ما يدخل إلى البلاد من أفلام إباحية ومن ذلك ضبط أكثر من (٣٧٠٠٠) من الأفلام الإباحية في أحد مناطق المملكة"، [٦٤] "ومن ذلك أيضًا مكافحة أسطوانات الليزر التي تحتوي على أمور مفسدة أو مشاهد فاضحة". [٦٥]

الإنكار على ما يأتي عبر الإنترنت، فتقوم الهيئة بمنع المواقع المنحرفة والتي تدعو إلى التنصير وإلى العقائد الفاسدة أو تدعو إلى الانحلال الخلقي والانحراف السلوكي، وذلك بالرفع إلى مدينة الملك عبد العزيز - وحدة الحاسب الآلي - لمنع هذه المواقع.

كما تقوم الهيئة بمتابعة مقاهي الإنترنت المنتشرة في أرجاء البلاد، وحسب إحدى الدراسات المسحية التي أجريت في منطقة المدينة المنورة فقط، فإنه ظهر «أن أغلب رواد مقاهي الإنترنت هم من فئة الشباب ما بين سن (١٨-٢٥ سنة) وأن ما نسبته (٩٥ ٪) مما يشاهدونه ويتعاملون معه في الإنترنت هو: المواقع السيئة والإباحية والأغاني وبرامج المحادثة التي تحتوي على بعض الغرف التي تدعو للنصرانية وتدعو إلى الانحراف وغير ذلك» [٦٦] وهذه النتيجة توضح الخطر الكبير على الشباب من هذه الوسيلة، والتي استخدمها أعداء الإسلام في غزو المجتمع المسلم من داخل منازله. "وما قامت به الهيئة من جهود أدت إلى الحد من أخطار الإنترنت فقد تحسن استخدام الشباب لمقاهي الإنترنت في منطقة المدينة المنورة بما نسبته (٨٠٪) حسب التقرير الميداني المعد بهذا الخصوص". [٦٧]

«الإنكار على ما يرد ضمن وسائل الإعلام المقروءة، فوسائل الإعلام المقروءة من أكثر الوسائل المستخدمة في الغزو الفكري، وهي أعمق تأثيرًا من

---

(٦٤) انظر: صحيفة الاقتصادية، عدد (٣٠١٣) في ١٤٢٣/١٠/٢٥ هـ.

(٦٥) انظر بعض الجهود المعلنة مثلا: صحيفة عكاظ، عدد (١٣٢٤٩) في ١٤٢٣/١٠/١ هـ، صحيفة الوطن عدد (٧٨٢) في ١٤٢٣/٩/١٥ هـ.

(٦٦) كما جاء في التقرير الرابع، وصحيفة المدينة، عدد (١٤٣٢٥) في ١٤٢٣/٥/٣ هـ.

(٦٧) كما جاء في التقرير.

الوسائل المرئية وغيرها، ومما تم إنكاره الرفع عن كتاب (التطور) الذي يدعو إلى نظرية دارون». [٦٨]

والإنكار على ما تنشره بعض المجلات السيئة من دعوات للتغريب وترسيخ لقيم الغازي الكافر وعاداته، وتزداد المشكلة في المجلات، حيث إن "الشريحة التي تتعامل مع هذه الوسيلة هي من العامة الذين لا يدركون أخطار الغزو الفكري؛ فتتسرب إليهم المبادئ الهدامة والقيم المنحلة دون شعور منهم، ومما قامت به الهيئة الرفع عن مجلة الأزياء (فوجو) حيث ظهر الصليب على عارضات الأزياء، ومجلة (يوم المرأة Womans day) وفيها دعوة لإقامة عيد الكرسمس، ومجلة الناس وفيها تابوت عليه صورة الصليب وصور عارية" [٦٩] "ومن ذلك الرفع عن بعض أعداد من مجلة (ماجد)" [٧٠] وفيها تشويه لصورة الرجل المتدين ذي اللحية، "وهذه من أساليب الغزو الفكري أن يعمد بعض الكتاب إلى تشويه صورة أهل الدين وإثارة ألوان السخرية والاستهزاء بهم؛ لصرف الناس عن الاقتداء بهم، وتشويه الدين الذي يحملونه". [٧١]

"ومن ذلك الرفع عن مجلة لألعاب الكمبيوتر (سايلنت هيل) وفيها إظهار لصورة الصليب في صفحاتها، ونجمة اليهود وصورة رجل يسجد على الصليب وحوله نيران ونحو ذلك". [٧٢]

كما قامت الهيئة بجهود في الإنكار على ما يأتي من غزو فكري ضمن القصص مثل: الرفع عن قصة بعنوان: «الأميرة النائمة» وقد جاء في العرض المعد بشأنها: «وفيها دعوة صريحة للتنصير.. وهذا من الغزو الفكري». [٧٣]

---

(٦٨) كما جاء في خطاب فرع رئاسة الهيئات بمنطقة المدينة المنورة المؤرخ في ١٤٢١/٧/٢٧ هـ.

(٦٩) كما جاء في خطاب الإدارة العامة للتوعية والتوجيه المؤرخ في ١٤١٥/١/٥ هـ.

(٧٠) كما جاء في خطاب فرع رئاسة الهيئات بمنطقة المدينة المنورة المؤرخ في ١٤٢٢/٢/١٩ هـ.

(٧١) انظر: الغزو الفكري والتيارات المعادية للإسلام، للأستاذ عبد الرحمن الميداني، ص (٥١٤).

(٧٢) كما جاء في خطاب الرئاسة العامة للهيئات المؤرخ في ١٤٢٠/٨/٢٨ هـ.

(٧٣) كما جاء في خطاب فرع رئاسة الهيئات بمنطقة المدينة المنورة المؤرخ في ١٤٢٢/٢/١ هـ.

كما أن الهيئة تقوم بجهود في الإنكار على ما يتسرب من أفكار وقيم غريبة عن مجتمعاتنا من خلال الرسوم الساخرة (الكاريكاتير) ومن ذلك: "مجلات الرسوم الساخرة، فقد تم الرفع عن مجلة (اضحك للدنيا) وقد تضمنت دعوات لتغريب المرأة، ونقدا لقيم وعادات المجتمع المسلم مع السخرية والهمز واللمز للآداب والسلوكيات المستقيمة".[٧٤]

"كما تتصدى الهيئة لبعض ما تغزى به بلادنا من منشورات مكتوبة تصل عبر الفاكس، ومن ذلك الرفع عن منشورات للتنصير قادمة من ألمانيا عن طريق الفاكس، ومنع بحمد الله دخولها للبلاد".[٧٥]

"كما تحتسب الهيئة على من يتعامل بالمواد الإعلامية المحرمة سواء أكان بحيازتها أم بترويجها، وقد بلغ مجموع ما تم ضبطه من المخالفات الإعلامية حسب إحصائية ١٤٢١ هـ (٢٦٧٨) واقعة"[٧٦].

(٧٤) كما جاء في خطاب وكيل الرئيس العام للهيئات المؤرخ في ١٤١٥/٣/٣ هـ.

(٧٥) كما جاء في خطاب الإدارة العامة للتوعية والتوجيه المؤرخ في ١٤٢٠/٥/٢٧ هـ.

(٧٦) انظر: التقرير الإحصائي السنوي لإنجازات الرئاسة العامة للهيئات خلال عام ١٤٢١ هـ.






الفصل الثاني

الدراســـة الميدانيـة

المبحث الأول: نتائج الدراسة الميدانية.
المطلب الأول/ الإجراءات المنهجية.
المطلب الثاني/ نتائج الدراسة التحليلية لما تم نشره في الصحف ومناقشتها.

المبحث الثاني: تحليل المضمون ومناقشة نتائج النشر الصحفي، ويشتمل على:
تحليل المضمون.
(ب) مناقشة نتائج النشر الصحفي.

المبجث الثالث: نتائج دراسة الاستبيان.. ويشمل:
- إجراءات الاستبانة المنهجية.
- تحليل مضمون الاستبانة.
- نتائج دراسة الاستبيان.
- مناقشة نتائج الاستبانة.



المبحث الأول:

نتائج الدراسة الميدانية

المطلب الأول: الإجراءات المنهجية:

تعد الدراسات الميدانية ذات أهمية لأنها تعبر عن تمثل للواقع وكونها تحقق النظريات العلمية في الواقع، فتؤيد هذه النظريات أو تنقد بعض مقولاتها كما أنها تعمل على إكساب الصياغات النظرية لتكون أكثر تحديداً، كما تسهم من الناحية العملية لاستخلاص مستخرجات تطبيقية، وبالنظر لهذه الأهمية المتزايدة كان من الضروري العمل على دراسة ميدانية لواحدة من الموضوعات الحيوية فيما يتعلق بهيئة الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر وما تتعرض له من الإعلام بصورة عامة ومن الصحف بصورة خاصة.

ومع ما تواجهه البحوث الميدانية من عدد من المشكلات النظرية التي تتصل بالأساس النظري الذي تقوم عليه هذه البحوث، ومن أهم هذه الإشكاليات:

- العلاقة بين البحث الميداني والتنظير، فالفصل بين الشق النظري والشق الميداني في البحث الاجتماعي يتم فقط لاعتبارات التصنيف فمن ناحية يتكامل التنظير والعمل الميداني في البحث ومن ناحية أخرى تتفاعل البحوث النظرية والميدانية في علاقة جدلية مستمرة، فتأخذ البحوث النظرية حصاد البحوث الميدانية وتمحصه وصولاً لنوع من التعميمات على أساس هذه البحوث كما تمدها بالمفاهيم النظرية، وتوجهها إلى المناطق التي يجب أن تهتم بها، والفروض النظرية التي تعمل هذه البحوث على اختبارها، ونماذج التفسير الذي يمكن أن تفسر في ضوئها نتائج البحث الميداني، فعلى ضوء ما تصل إليه نتائج البحوث الميدانية قد يتم تعديل بعض مقولات النظرية.

كما تفرض أدوات جمع البيانات الميدانية – التي تمثل جوهر البحث الميداني باعتباره نوعاً من الملاحظة في معناها الواسع– عدداً من المشكلات منها:



- استخدام هذه الأساليب في سباق تحليل كمي أو كيفي، إلا أن توزيع البحوث الميدانية بين بحوث يغلب عليها الطابع الكمي وأخرى يغلب عليها الطابع الكيفي يفرض نوعاً من الخصوصية للمشكلات التي تواجهها هذه البحوث في أساليب العمل الميداني مع ظهور مدارس جديدة خاصة في علم الاجتماع والتي تؤكد على الطابع الكيفي، وإذا كانت المشكلات الناتجة عن استخدام أدوات جمع البيانات من الميدان تتنوع حسب كل حالة بحثية مما يتطلب إضافة لالتزام الباحث بالدقة المنهجية نوعاً من المران والخبرة لتطويع هذه الأدوات، الأمر الذي حدا بالبعض لوصف استخدام هذه الأدوات بأنه يجمع بين العلم والفن فإن هذه الأدوات قد تم تطويرها وتنميتها في إطار ثقافي معين، ومن ثم يفرض تطبيقها في إطار ثقافي مختلف له خصوصيته تقتضى تطويراً وتطويعاً لهذه الأدوات.

إن الطريقة التي يتم بها عرض نتائج الرصد الصحفي هي جانب هام من منهجية الرصد لهذه الوسائل، حيث تحتوي على عناصر معيارية معينة، (موجز للنتائج -عرض البيانات والنتائج- الاستنتاجات والتوصيات).

مع أهمية استخدام لغة محايدة وتقديم الاستنتاجات والملحوظات بصورة واضحة ومدعومة بالبيانات الإحصائية. وحرص فريق البحث على التأكيد أن تكون البيانات أكثر وضوحا وفهما عند اقترانها بصورة أشكال مثل الرسوم البيانية والإحصاءات والمقارنات وغيرها، لتظهر البيانات المجردة بشكل نسب مئوية للمساعدة على فهم مغزاها. وأن تكون النسب المئوية واضحة من خلال عرض البيانات المجردة التي تستند إليها.

كما أن التوصيات تهدف إلى إجراء التغييرات في المستقبل في ممارسات الصحف، وربما إجراء التغييرات أيضا في القوانين واللوائح وأن تكون أكثر تحديدا وتركيزا من أجل تشجيع الصحف على التغطية بصورة أكثر عدالة.

كما اعتمد فريق البحث المنهج العلمي في الرصد (الكمي والنوعي) معرفا بمنهج الرصد الكمي والنوعي قبل البدء حتى يكون الرصد وفق المنهجية المعتمدة على النحو الآتي:

أولا: منهج الرصد (الكمي) للصحف:

يوصف منهج الرصد الكمي للصحف بأنه تحليل للمضمون، وهذا يمثل اتجاها واسع الانتشار في دراسات وسائل الإعلام لأكثر من نصف قرن. ولكنه ليس مقبولا على الصعيد العالمي، وكانت الانتقادات المختلفة لمنهج تحليل المضمون تركز في جميعها على أنها تعمل على فرض تقسيمات تعسفية وغير مرنة على النصوص التي قد تكون في الحقيقة مفتوحة لتفسيرات أكثر عمقا من ذلك بكثير.

ويعني التحليل الكمي اختيار عناصر مضمون المادة الإعلامية، وأيا كانت صحة الانتقادات لتحليل المحتوى، فكثيرا ما يستخدم في رصد وسائل الإعلام، وذلك لتحديد عدد من المتغيرات مثل: عدد المرات التي تذكر فيها الهيئة، الجنس (ذكر- أنثى) أو طبيعة المصادر المشار إليها، المنطقة الجغرافية للموضوع، المساحة المخصصة لنشر الموضوع، والمكان أو الترتيب الذي يقع فيه الموضوع في الصفحة، وغير ذلك.

وتتضمن المنهجيات المختلفة مؤشرات متنوعة، إلا أن الخصائص المشتركة لأي مؤشر جيد الاختيار، أن يكون موثوقا وصحيحا، ويعنى بالمصدر الموثوق أن النتائج ستكون متشابهة أيا كان هو الراصد. ويكون هناك نظام تصنيف علمي يمكن تطبيقه، كقياس مقدار المساحة المنشورة تصنيف الموضوعات وفقا لمجموعة من الرموز المحددة سلفا لتطبيق نظام التصنيف المعد لذلك، ونعني بالصحة أن البيانات التي موثقة وذات دلالة على الموضوع.

مع اعتبارنا لبعض المناهج الممكنة والكيفية التي تتم بها من خلال وسائل إعلام مختصة مثل (ميمو٩٨)، وهيئة المراقبة "دي بافيا" والتي تقوم على تسجيل كل ذكر للموضوعات خلال فترة الرصد على حدة، وتسجيل عدد المرات وتصنيفها على أنها إيجابية أو سلبية أو محايدة تجاه "الموضوع" كما أن هناك منهجا مختلفا قليلا، لا يهتم بحساب التكرار، وإنما بتوزيعها في "بنود"، ويمثل كل بند رمزا ويجري تسجيل جميع المصادر التي تم تحديدها لهذا البند على حد سواء بالاسم وحسب الفئة (مثل هيئة الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر)، ويجري حساب عدد مرات النشر، ثم يجري تقييم كامل لكل البنود، ويتميز هذا

الأسلوب بأنه يحصي عدد المصادر في كل بند من البنود ويقيم تنوعها ويعطي مقياسا موضوعيا للمهنية في التغطية الصحفية.

وتهدف كل هذه المنهجيات لكيفية تقييم موضوع الرصد (اعتمادا على منهجية دقيقة) وتستخدم بعض المنهجيات جدولا للتقييم (إيجابي جدا) و (سلبي جدا)، مرورا بـ (إيجابي ومحايد وسلبي).

وكان لدى فريق البحث العناية الأكثر أهمية في تحديد التغطية مع تطبيق المعايير الموضوعية، وأن قياس التحيز يأتي فقط لتقييم مجموع المقاييس للتغطية وفق معياري السياق والمضمون، فالسياق يشير إلى الطريقة التي صيغ بها النشر (سلبي- إيجابي – محايد) أما المضمون يشير إلى الحقائق العلنية.

فإذا كان السياق والمضمون يتطابقان، فيتضح تصنيف هذا البند، وإذا كان السياق والمضمون مختلفان (واحدة إيجابية وأخرى سلبية)، فسوف يلغي كل منهما الآخر، ويتم تصنيفها على أنها محايدة في هذا البند. إما إذا كان المحتوى أو السياق محايد، في حين أن الآخر إيجابي أو سلبي، فإن هذا الأخير يحدد كيفية تصنيف هذا البند، مع عدم إغفال المناهج الكمية الأخرى لتقييم التغطية والتي منها ما يشير إلى المصادر المهنية الصحفية، وتوزيعها وتوازنها، إضافة إلى التوزيع الجغرافي المهم، كما احتل اختيار المواضيع أهمية خاصة لكونه مؤشرا كميا لتوجهات الصحف.

أما المنهج (النوعي) للرصد الصحفي:

إن كانت أساليب التحليل الكمي وحدها لا يمكن أن تفسر على نحو كاف التغطية الصحفية، فإن مدى دقة التغطية الصحفية أحد الاعتبارات الهامة. إذ يقوم الراصدون للصحف بقياس التحيز بمقارنة تغطية الصحف للأحداث من خلال مجموعة متنوعة من الصحف. وإحدى الطرائق من أجل القيام بذلك هو "رصد المصدر"، كما يعد تقييم الرسائل الضمنية الواردة في التغطية الصحفية مهمة صعبة ومثيرة للجدل إلى حد كبير، وتحت هذا العنوان تأتي كل المعاني الدقيقة للغة والصور التي تنقل رسالة يفهمها الجمهور، وبطريقة لا واعية في بعض الأحيان.

ويمكن أن يكون هذا أكثر وضوحا من خلال استخدام الكلمات، فقد تستخدم على سبيل المثال كملة "صرح"، في حين تستخدم كلمة "يدعي". وليس من الضروري أن يكون التقرير غير دقيق ليكون له تأثير غير مناسب على فهم الجمهور، كما أن الرسومات والشعارات التي تصاحب عملية النشر تنقل رسالة.

المطلب الثاني: نتائج الدراسة التحليلية لما تم نشره في الصحف.

يعد موضوع تحليل البيانات الإحصائية ذو أهمية قصوى في مجال التخطيط وصنع القرارات لدى العاملين والقيادات الإدارية في جميع المجالات، مع أهمية الإلمام باستخدام مختلف الطرائق الإحصائية المناسبة لمعالجة هذه البيانات وتحليلها إحصائياً للاستفادة منها، إضافة إلى أهمية تحليل البيانات وتقديمها لمتخذي القرار بصيغة تساعدهم على اتخاذ القرار المناسب في ضوء معطيات التحليل، كما أن الإحصاء علم تطبيقي يخدم كافة مجالات الحياة ويقدم حلولا مناسبة للعديد من المسائل التي تواجه الإنسان في ميادين متنوعة، وفي هذه الدراسة نقدم رصدا إحصائيا يهدف بشكل أساسي تحليل البيانات الإحصائية باستخدام الحزم الإحصائية الجاهزة مثل SPSS.

كما أن الإحصاءات ليست جداول وأرقام ومعادلات، بل أساس تقوم عليه البحوث والدراسات العلمية في مجالات شتى لدراسة ظاهرة معنية والتعرف على أبعادها وتحديد قوانين حركتها بالتحليل الكمي باستخدام البيانات والمعلومات الإحصائية.

ولقد حرص فريق العمل على تحليل البيانات الإحصائية بصورة وافية ودقيقة ليكون مثمرا ويعطي نتائج يستفاد منها، حيث لا غنى للباحثين والدارسين عن الإحصاء وما يقدمه من دعم تحليلي للموضوعات ذات الاهتمام.

كما قام فريق العمل بتحديد (٢٨) جدولا لرصد النشر الصحفي عن هيئة الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر تجمع خلاها الرصد الكمي والنوعي لما تم نشره خلال المدة المحددة للدراسة وهي (٦) أشهر، وقد اشتملت هذه الجداول على العناوين الآتية:



١. النشر حسب الأيام.
٢. النشر حسب الأشهر .
٣. النشر حسب الوسيلة «الصحف».
٤. النشر حسب «المواقع الإلكترونية».
٥. النشر حسب المساحة.
٦. النشر حسب النوع الصحفي (القوالب الصحفية).
٧. النوع الصحفي حسب الأشهر. (أخبار–مقالات–آراء–تقارير- لقاءات)
٨. النوع الصحفي حسب الوسائل الإعلامية (تنوع الصحف).
٩. النشر حسب مصادر النشر الصحفي.
١٠. الاتجاه العام للعناوين.
١١. الاتجاه العام العناوين حسب الأشهر.
١٢. الاتجاه العام العناوين حسب النشر الصحفي.
١٣. الاتجاه العام للموضوعات.
١٤. الاتجاه العام للموضوعات حسب الأشهر.
١٥. الاتجاه العام للموضوعات حسب وسيلة النشر.
١٦. درجة الأهمية للموضوعات (وفق تأثيرها المجتمعي).
١٧. درجة الأهمية للموضوعات حسب الأشهر.
١٨. درجة الأهمية للموضوعات حسب الصحف (مدى انتشار الصحيفة).
١٩. مستوى النقد للموضوعات.
٢٠. مستوى النقد للموضوعات حسب الأشهر.
٢١. مستوى النقد للموضوعات حسب الصحف.
٢٢. الرسالة الإعلامية للموضوعات.
٢٣. توزيع الأشهر على نوعية المضمون.
٢٤. توزيع الوسائل الإعلامية على الرسالة الإعلامية.
٢٥. الموضوعات التي تناولتها الصحف.
٢٦. توزيع الأشهر على الموضوعات.
٢٧. توزيع الصحف على الموضوعات.
٢٨. أعلى الكُتاب في النشر.

النشر حسب الأيام:

يشير الجدول أدناه، إلى توزيع نشر الموضوعات ذات العلاقة بهيئة الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر حيث يتضح أن أعلى الأيام في النشر خلال فترة الدراسة هو يوم الأحد، ونشر (٤٢٦) موضوعًا بنسبة بلغت (٢٠،٤٪)، ثم يوم الأربعاء بنسبة (١٥٪). وأدنى الأيام في النشر هو يوم الاثنين خلال فترة الدراسة ونشر الوسائل الإعلامية محل الدراسة (٢٨٨) موضوعاً بنسبة (١٣،٨٪).

جدول رقم (١) النشر حسب الأيام

الأيــــام	التــكـــــرار	٪
السبت	٣١٢	١٤،٩
الأحد	٤٢٦	٢٠،٤
الاثنين	٢٨٨	١٣،٨
الثلاثاء	٢١٨	١٠،٤
الأربعاء	٣١٤	١٥،٠
الخميس	٣٠٣	١٤،٥
الجمعة	٢٣١	١١،٠
الإجمالي	٢٠٩٢	٪١٠٠

450
400
350
300
250
200
150
100
50
0

312 السبت
426 الأحد
288 الاثنين
218 الثلاثاء
314 الأربعاء
303 الخميس
231 الجمعة

شكل رقم (١) النشر حسب الأيام



النشر حسب الأشهر

يشير الجدول أدناه، إلى توزيع نشر الموضوعات حسب الأشهر، وقد امتدت الدراسة لتشمل ستة أشهرن ويلاحظ من الجدول أدناه أن أعلى الأشهر في النشر كان شهر بيع الثاني وقد بلغ عدد الموضوعات التي تناولتها الصحف لموضوع هيئة الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر (٥٤٦) موضوعاً بنسبة (٢٥،٦٪)، وتلاها بفارق واضح شهر محرم بنسبة (١٦،٢٪) فقط من إجمالي ما نشر، ثم شهر ربيع الأول بنسبة (١٥،٩٪) فقط. وادني الأشهر في النشر هو شهر جمادي الأول ونشر (٢٥٤) موضوعاً بنسبة لا تتجاوز (١٢٪).

جدول رقم (٢) النشر حسب الأشهر

الشهر	التكرار	٪
محرم	٣٣٨	١٦،٢
صفر	٣٠٥	١٤،٦
ربيع الأول	٣٣٢	١٥،٩
ربيع ثاني	٥٤٦	٢٥،٦
جمادي الأول	٢٥٤	١٢،١
جمادي ثاني	٣٢٧	١٥،٦
الإجمالي	٢٠٩٢	٪١٠٠



محرم	صفر	ربيع الأول	ربيع ثاني	جمادي الأول	جمادى ثاني
338	305	332	546	254	327

شكل رقم (٢) النشر حسب الأشهر

النشر حسب "الصحف"

يشير الجدول أدناه، إلى توزيع نشر الموضوعات حسب «الصحف»، أن أعلى الصحف في نشر موضوعات ذات علاقة بهيئة الأمر بالمعروف النهي عن المنكر هي صحيفة الجزيرة ونشرت (٢٦٦) موضوعاً بنسبة (١٢،٧٪)، وتلاها بفارق واضح كل من صحيفتي الرياض والجزيرة (١٧٩) موضوعاً لكل منهما بنسبة (٩٪) ثم صحيفة المدينة بنسبة (٧٪) ونشرت (١٤٥) موضوعاً.

جدول رقم (٣) النشر حسب «الصحف»

الصحيفة	التكرار	٪
الرياض	١٧٩	٩
الجزيرة	٢٦٦	١٢،٧
عكاظ	١٧٩	٩
المدينة	١٤٥	٦،٩
الندوة	٥٠	٢،٤
البلاد	٢٦	١،٢
اليوم	٨٠	٣،٨
الوطن	١٢٤	٥،٩
الشرق الأوسط	٢٤	١،١
الحياة	٩٣	٤،٤
الاقتصادية	٥٥	٢،٦
شمس	٨١	٣،٩
إجمالي الصحف	١٣١٢	٦٢،٧٪
الإجمالي العام	٢٠٩٢	١٠٠٪



شكل رقم (٣) النشر حسب "الصحف"

النشر حسب "المواقع الإلكترونية"

يشير الجدول أدناه، إلى توزيع نشر الموضوعات حسب «المواقع الإلكترونية»، وباستثناء موقعي سبق وموقع وكالة الأنباء السعودية؛ فإن باقي المواقع الإلكتروني تقتبس موضوعاتها من ما ينشر في مختلف الوسائل الإعلامية المطبوعة.

ويتضح من الجدول أدناه أن المواقع الإلكترونية نشرت (٧٨٠) موضوعاً، نشر منها موقع صحيفة سبق الإلكتروني وهو أعلى المواقع في النشر (٣٠٩) موضوعاً بنسبة بلغت (١٤،٨٪) وبثت وكالة الأنباء السعودية ما مجموعة (٦٤) خبراً عن هيئة الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر بنسبة (٣،١٪)، ثم موقع المرصد ونشر (٧٩) موضوعاً بنسبة (٣،٨٪). وتوزعت باقي الموضوعات على (٢٣) موقعاً إلكترونياً.



جدول رقم (٤) توزيع النشر حسب «المواقع الإلكترونية»

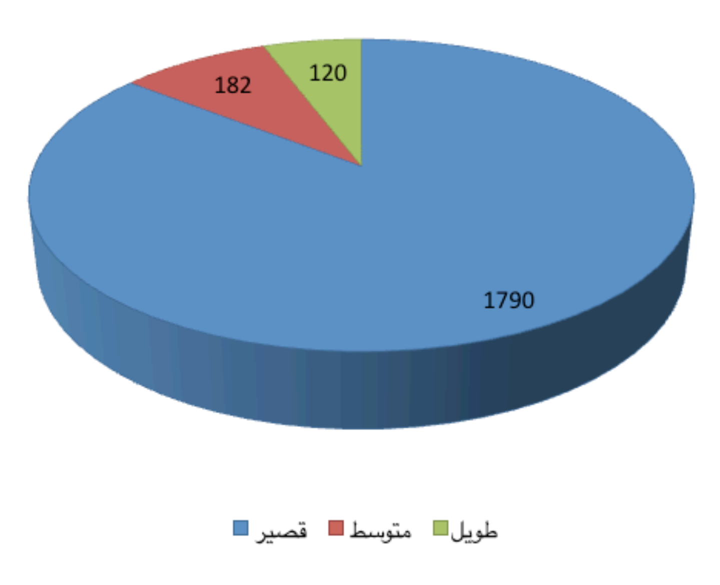
الموقــع الإلكتروني	التكـــرار	٪
وكالة الأنباء السعودية	٦٤	٣،١
سبق	٣٠٩	١٤،٨
الحياد	٢٦	١،٢
الإخبارية	١٠	٠،٥
الوئام	٤٩	٢،٣
الأولى	٥	٠،٢
ميدل ايست	٢	٠،١
المرصد	٧٩	٣،٨
عاجل	٤٠	١،٩
الشارع السعودي	٢٢	١،١
خبر	٣٠	١،٤
الأصيل	١٠	٠،٥
حدث	٢٤	١،١
أخبار المجتمع	١٣	٠،٦
مصدر	٢٩	١،٤
صدق	١٠	٠،٥
شبرقة	٣	٠،١
صحف	٤	٠،٢
الوكاد	٢	٠،١
أثير	١٢	٠،٦
السعودية	٧	٠،٣
إنبائكم	٥	٠،٢
يقين	١٢	٠،٦
تواصل	٣	٠،١
عروب	٥	٠،٢
لجينيات	٥	٠،٢
إجمالي المواقع	٧٨٠	٪٣٧،٢
الإجمالي العام	٢٠٩٢	٪١٠٠

النشر حسب المساحة

يشير الجدول أدناه، إلى توزيع نشر الموضوعات حسب مساحة النشر، وإجمالاً يمكن القول أن مختلف الصحف نشرت موضوعاتها حول هيئة الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر ضمن المساحة القصيرة التي ضمنت (أقل من ٢٥٠ كلمة)، حيث بلغت نسبتها (٥٨،٦٪) وعدد موضوعاتها (١٧٩٠) موضوعاً. والموضوعات التي صنفت بأنها طويلة (أكثر من ٧٥٠ كلمة) لم تتجاوز نسبتها (٥،٧٪) من إجمالي ما نشر وعدد موضوعاتها (١٢٠) موضوعاً.

جدول رقم (٥) النشر حسب المساحة

المســـاحة	التكـــرار	٪
قصير	١٧٩٠	٨٥،٦
متوسط	١٨٢	٨،٧
طويل	١٢٠	٥،٧
الإجمالي	٢٠٩٢	٪١٠٠



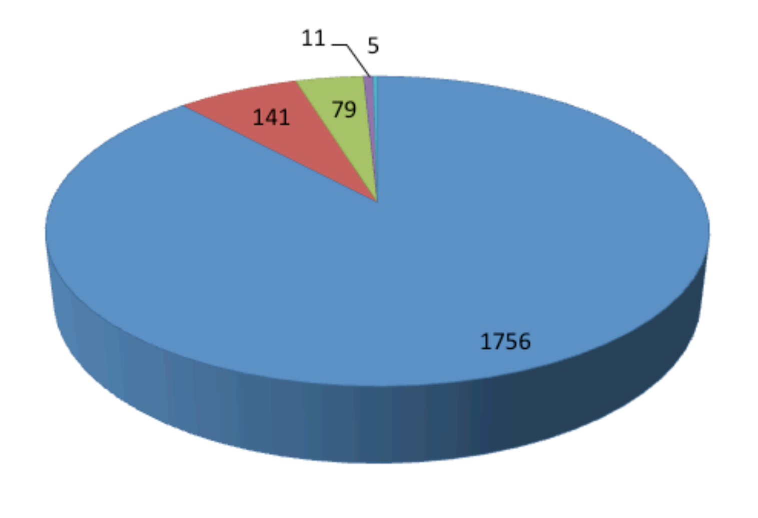
شكل رقم (٤) النشر حسب المساحة

النشر حسب النوع الصحفي:

يشير الجدول أدناه، إلى توزيع نشر الموضوعات حسب النوع الصحفي، يمكن القول أن مختلف الصحف ركزت في النشر على الأخبار بنسبة (٨٨،٧٪) أي أنها كتبت (١٧٥٦) خبراً. وتدنت باقي أنواع النشر الصحفي حيث نشر (٧٩) تقريراً و (١١) لقاءاً بنسبة بلغت (٣،٨٪) و (٠،٥٪) لكل منهما على التوالي.

جدول رقم (٦) النشر حسب النوع الصحفي

النوع الصحفي	التكرار	٪
خبر	١٧٥٦	٨٨،٧
مقال	١٤١	٦،٧
تقرير	٧٩	٣،٨
لقاء	١١	٠،٥
أخرى	٥	٠،٢
الإجمالي	٢٠٩٢	٪١٠٠



شكل رقم (٥) النشر حسب النوع الصحفي

النوع الصحفي حسب الأشهر:

ويتضح من الجدول أدناه أن شهر ربيع الثاني هو أعلى الأشهر في نشر الأخبار ذات العلاقة بهيئة الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر بنسبة (٢٦٪) تقريباً ثم تتقارب النسبة على متوسط (١٥٪) لكل من محرم وصفر وربيع الأول، وتنخفض نحو ١٢،٩٪ لشهر جمادى الأول.

أما المقالات، فيلاحظ من الجدول أدناه أن شهر محرم هو أعلى الأشهر في تناول موضوعات ذات علاقة بهيئة الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر بنسبة (٢٧،٦٪)، ثم شهري ربيع الأول والثاني عند متوسط نسبة (٢٢،٥٪)، وانخفضت نسبة المقالات المنشورة في شهري صفر وجمادى الأولي وبلغت (٦،٣٪) و (٥،٦٪) لكل منهما على التوالي.

وعن اللقاءات وهي نوع من أنواع النشر الصحفي، فيلاحظ أن ما نشر منها هو (١١) لقاءاً حضي شهر محرم بالنسبة الأعلى في النشر بنسبة تجاوزت (٣٦٪)، ثم شهر ربيع الثاني بنسبة (٢٨٪) تقريباً.

أما التقارير فإن إجمالي ما نشر منها هو (٧٩) تقريراً جاءت النسبة الأعلى في النشر في شهر ربيع الثاني (٢٦،٥٪) ثم شهر ربيع الأول بنسبة (٢٠،٢٪)

جدول رقم (٧) توزيع الأشهر حسب النوع الصحفي

الأشهر	الأخبار		المقالات		اللقاءات		التقرير		أخرى	
	التكرار	٪	التكرار	٪	التكرار	٪	التكرار	٪	التكرار	٪
محرم	٢٧٧	١٤،٩	٣٩	٢٧،٦	٤	٣٦،٣	١٥	١٨،٩	٣	٦٠
صفر	٢٨٧	١٥،٤	٩	٦،٣	٠	٠	٩	١١،٣	٠	٠
ربيع الأول	٢٨٢	١٥،١	٣٢	٢٢،٦	٢	١٨،١	١٦	٢٠،٢	٠	٠
ربيع ثاني	٤٨٠	٢٥،٨	٣١	٢١،٩	٣	٢٧،٧	٢١	٢٦،٥	١	٢٠
جمادي الأول	٢٤٠	١٢،٩	٨	٥،٦	١	٩	٥	٦،٣	٠	٠
جمادى ثاني	٢٩٠	١٥،٦	٢٢	١٥،٦	١	٩	١٣	١٦،٤	١	٢٠
الإجمالي	١٨٥٦	٪١٠٠	١٤١	٪١٠٠	١١	٪١٠٠	٧٩	٪١٠٠	٥	٪١٠٠

التكرار حسب الصحيفة:

ويتضح من الجدول أدناه أن صحيفة سبق هي من أعلى وسائل النشر الصحفي في نشر أخبار هيئة الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر، حيث نشرت (٢١٪) من الأخبار وتلاها صحيفة الجزيرة بسبة (١٦٪)، ثم الوطن بنسبة (١٥،٨٪)، وكل من الرياض وعكاظ فقد نشرت ما نسبته (١١،٥٪) و (١٠٪) لكل منهما على التوالي.

وسجلت صحيفة عكاظ (١٩،٧٪) من المقالات ضمنها وتلتها صحيفة الجزيرة بنسبة (١٦،٧٪) ثم صحيفة المدينة (١٣،٨٪) من إجمالي من نشر من مقالات.

وفي اللقاءات سجلت صحيفة اليوم الأعلى حيث نشرت ما نسبته (٣٦،٤٪) من اللقاءات، وتوزعت (٩) لقاءات الأخرى على كل من صحف الرياض وشمس والحياة.

أما التقارير، فقد سجلت أعلى نسبة في صحيفة الرياض (١)٪)، وتلاها بفارق واضح كل من صحيفتي عكاظ والحياة (١٢،٧٪) لكل منهما، ثم الجزيرة والمدينة (١١،١٪) لكل منهما.

جدول رقم (٨) التكرار حسب الصحيفة

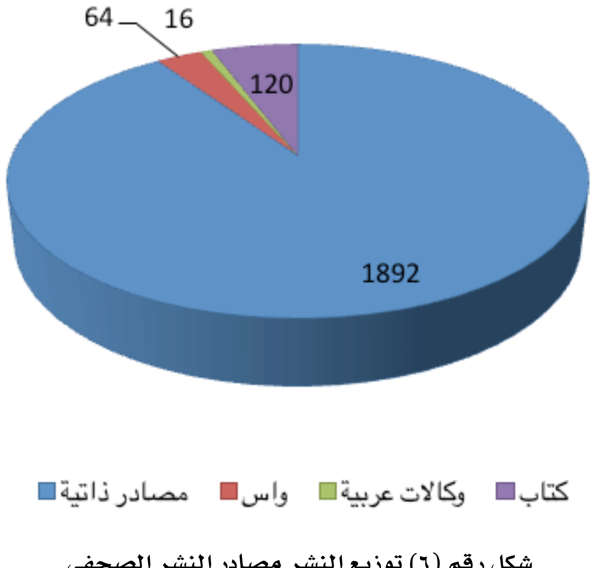
الصحف	الأخبار		المقالات		اللقاءات		التقرير		أخرى	
	التكرار	٪	التكرار	٪	التكرار	٪	التكرار	٪	التكرار	٪
الرياض	١٦٢	١١،٥	١٤	١٠،٢	١	١١،١	١٢	١٩	٠	٠
الجزيرة	٢٣١	١٦	٢٣	١٦،٧	٠	٠	٧	١١،١	٥	١٠٠
عكاظ	١١٤	١٠	٢٧	١٩،٧	٠	٠	٨	١٢،٧	٠	٠
المدينة	١١٩	٨،٢	١٩	١٣،٨	٠	٠	٧	١١،١	٠	٠
الندوة	٤٤	٣	٥	٣،٦	٠	٠	١	١،٦	٠	٠
البلاد	١٩	١،٣	٥	٣،٦	٠	٠	٢	٣،٢	٠	٠
اليوم	٥٨	٤	١٣	٩،٤	٤	٣٦،٤	٥	٧،٩	٠	٠
الوطن	١١٠	١٥،٨	٩	٦،٥	٠	٠	٥	٧،٩	٠	٠
الشرق الأوسط	٢٤	١،٦	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠
الحياة	٦٧	٤،٦	١٥	١٠،٩	٢	٢٢،٢	٨	١٢،٧	٠	٠
سبق	٣٠٦	٢١،٢	٠	٠	٠	٠	٣	٤،٨	٠	٠
الاقتصادية	٥١	٣،٥	١	٠،٧	٠	٠	٣	٤،٨	٠	٠
شمس	٧٤	٥،١	٤	٢،٩	٢	٢٢,٢	١	١،٦	٠	٠
واس	٦١	٤،٢	٢	١،٥	٠	٠	١	١،٦	٠	٠
الإجمالي	١٤٤٠	٪١٠٠	١٣٧	٪١٠٠	٩	٪١٠٠	٦٣	٪١٠٠	٥	٪١٠٠

النشر حسب مصادر النشر الصحفي:

يشير الجدول أدناه، إلى توزيع نشر الموضوعات حسب مصادر النشر الصحفي، نظرا لأهمية التعرف على نوع المصدر، حيث يتضح أن الصحف اعتمدت في نشرتها على مراسليها المنتشرين في مختلف المناطق الجغرافية والهيئات وقد بلغت نسبتها (٩٠،٤٪) تقريباً، وبثت وكالات الأنباء العربية (١٦) خبراً فقط بنسبة لن تصل إلى (١٪) خلال فترة الدراسة.

جدول رقم (٩) النشر حسب مصادر النشر الصحفي

المصادر الصحفية	التكرار	٪
مصادر ذاتية	١٨٩٢	٩٠،٤
واس	٦٤	٣،١
وكالات عربية	١٦	٠،٨
كتاب	١٢٠	٥،٧
الإجمالي	٢٠٩٢	٪١٠٠



شكل رقم (٦) توزيع النشر مصادر النشر الصحفي



الاتجاه العام للعناوين

يشير الجدول أدناه، إلى توزيع الاتجاه العام للعناوين التي تناولت موضوع هيئة الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر، ويلاحظ ارتفاع نسبة الاتجاه الإيجابي وقد بلغت نسبتها (٨١،٤٪) أما الاتجاه السلبي فقد بلغت نسبتها (٥،٤٪) فقط.

جدول رقم (١٠) الاتجاه العام للعناوين

الاتجاه	التكرار	٪
سلبي	١١٢	٥،٤
محايد	٢٧٨	١٣،٣
إيجابي	١٧٠٢	٨١،٤
الإجمالي	٢٠٩٢	٪١٠٠



شكل رقم (٧) الاتجاه العام للعناوين

الاتجاه العام للعناوين حسب الأشهر:

يشير الجدول أدناه إلى الاتجاه العام للعناوين حسب الأشهر، ويتضح أن أعلى الأشهر في نشر عناوين ذات تجاه إيجابي هو شهر ربيع الثاني بنسبة ٢٥٪ تقريباً، وتلاه بفارق واضح شهر صفر بنسبة ١٦٪. وأدنى الأشهر في نشر عناوين ذات تجاه إيجابي شهر جمادى الأولى بنسبة بلغت ١١،٤٪.

أما العناوين السلبية فيتضح أن شهر ربيع الأول هو أعلى الأشهر في نشر عناوين ذات تجاه سلبي فنشر ٢٧،٧٪ عنواناً وتلاه شهر ربيعه الثاني فنشر ٢٤،١٪ عنواناً. وأدنى الأشهر في النشر شهري جمادى الثاني وصفر ونشر ٨٪ و٨،٩٪ لكل منهما على التوالي.

جدول رقم (١١) الاتجاه العام للعناوين حسب الأشهر

الشهر	إيجابي		محايد		سلبي	
	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%
محرم	٢٥٤	١٤،٨	٦٣	٢٢،٧	٢١	١٨،٨
صفر	٢٧٨	١٦،٢	١٧	٦،١	١٠	٨،٩
ربيع الأول	٢٧٣	١٥،٩	٢٨	١٠،١	٣١	٢٧،٧
ربيع الثاني	٤٢٩	٢٤،٩	٨٠	٢٨،٨	٢٧	٢٤،١
جمادي الأولى	١٩٦	١١،٤	٤٤	١٥،٨	١٤	١٢،٥
جمادى الثاني	٢٧٢	١٥،٨	٤٦	١٦،٥	٩	٨
الإجمالي	١٧٢٠	٪١٠٠	٢٧٨	٪١٠٠	١١٢	٪١٠٠

الاتجاه العام للعناوين حسب الصحف:

يشير الجدول أدناه إلى الاتجاه العام للعناوين حسب الصحيفة، حيث يتضح ارتفاع نسبة المواد التي صنفت أنها إيجابية من إجمالي المواد، وقد بلغ عددها (١٧٠٢) مادة صحيفة سبق في أعلى الصحف التي نشرت موضوعات ذات علاقة بهيئة الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر بنسبة بلغت ١٧٪، ثم تبعها صحيفة الجزيرة بنسبة ١١،٦٪ أما صحيفة الرياض فبلغت نسبتها ٨،٨٪ من إجمالي ما نشر من مواد ذات علاقة بهيئة الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر.

أما أعلى الصحف في نشر مواد سلبية ذات علاقة بهيئة الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر فصحيفة عكاظ التي نشرت ١٨،٧٪ من موادها سلبية بينما نشرت ٧،٧٪ من موادها بصورة إيجابية. وتلاها صحيفة الجزيرة بنسبة ١٦٪ ثم صحيفة المدينة بنسبة ١٠٪. كذلك صحيفة الحياة التي نشرت مواد سلبية بلغت نسبتها ٩٪ تقريباً.

جدول رقم (١٢) الاتجاه العام العناوين حسب الصحف:

الصحيفة	إيجابي		محايد		سلبي	
	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%
الرياض	١٤٩	٨،٨	٣٢	١١،٥	٨	٧،١
الجزيرة	١٩٧	١١،٦	٥١	١٨،٣	١٨	١٦
عكاظ	١٣١	٧،٧	٢٧	٩،٧	٢١	١٨،٧
المدينة	١١٩	٧	١٤	٥	١٢	١٠،٧
الندوة	٤٤	٢،٦	٦	٢،٢	٠	٠
البلاد	٢٠	١،٢	٦	٢،٢	٠	٠
اليوم	٦٦	٣،٩	١٣	٤،٧	١	٠،٨
الوطن	٩٤	٥،٥	٢٠	٧،٢	١٠	٨،٩
الشرق الأوسط	٢١	١،٢	٣	١،١	٠	٠
الحياة	٦٦	٣،٩	١٧	٦،١	١٠	٨،٩
سبق	٢٨٩	١٧	١٨	٦،٥	٢	١،٧
الاقتصادية	٤٧	٢،٨	٨	٢،٩	٠	٠
شمس	٦٦	٣،٩	١٣	٤،٧	٢	١،٧
واس	٤٥	٢،٦	١٩	٦،٨	٠	٠
أخرى	٣٤٨	٢٠،٤	٣١	١١،٢	٢٨	٢٥
الإجمالي	١٧٠٢	٪١٠٠	٢٧٨	٪١٠٠	١١٢	٪١٠٠

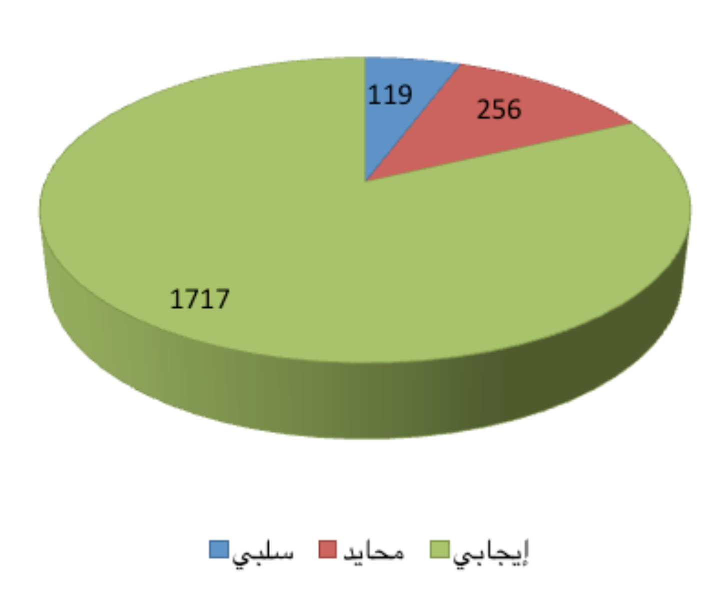


الاتجاه العام للموضوعات:

يشير الجدول أدناه، إلى توزيع الاتجاه العام للموضوعات، حيث يلاحظ ارتفاع الموضوعات الإيجابية وقد بلغت نسبتها (٨٢،١٪) بينما الموضوعات ذات الاتجاه السلبي لم تتجاوز (٦٪) فقط.

جدول رقم (١٣) الاتجاه العام للموضوعات

الاتجاه	التكرار	٪
سلبي	١١٩	٥،٧
محايد	٢٥٦	١٢،٢
إيجابي	١٧١٧	٨٢،١
الإجمالي	٢٠٩٢	٪١٠٠



شكل رقم (٨) الاتجاه العام للموضوعات

الاتجاه العام للموضوعات حسب الأشهر:

يشير الجدول أدناه إلى الاتجاه العام للموضوعات حسب الأشهر، ويتضح أن شهر ربيع الثاني هو أعلى الأشهر في نشر مواد إيجابية، وقد بلغت نسبتها ٢٥٪ تقريباً وتلاها بفارق واضح شهر صفر بنسبة ١٦،٢٪ وأدنى الأشهر في نشر مواد إيجابية شهر جمادى الأول بنسبة ١١،٤٪ فقط.

أما أعلى الأشهر السلبية في النشر فجاء شهر ربيع الأول بنسبة ٢٨٪ تقريباً، ثم شهر ربيع الأول بنسبة ٢٤٪ وأدني الأشهر في النشر شهري صفر ٨،٩٪ وشهر جمادى الثاني ٨٪ فقط.

جدول رقم (١٤) الاتجاه العام للموضوعات حسب الأشهر

الشهر	إيجابي		محايد		سلبي	
	التكرار	٪	التكرار	٪	التكرار	٪
محرم	٢٤٩	١٤،٨	٥٧	٢٢،٧	٣٢	١٨،٨
صفر	٢٧٨	١٦،٢	١٩	٦،١	٨	٨،٩
ربيع الأول	٢٧٨	١٥،٩	٣٠	١٠،١	٢٤	٢٧،٧
ربيع الثاني	٤٣٦	٢٤،٩	٦٩	٢٨،٨	٣١	٢٤،١
جمادي الأول	١٩٩	١١،٤	٤٤	١٥،٨	١١	١٢،٥
جمادى الثاني	٢٧٧	١٥،٨	٣٧	١٦،٥	١٣	٨
الإجمالي	١٧١٧	٪١٠٠	٢٥٦	٪١٠٠	١١٩	٪١٠٠

الاتجاه العام للموضوعات حسب الصحف:

يشير الجدول أدناه إلى الاتجاه العام للموضوعات حسب الصحف، ويتضح أن ويتضح أن أعلى الوسائل الصحف في النشر الإيجابي للموضوعات صحيفة سبق ونشرت ١٧،٢٪ من موضوعاتها بينما نشرت ١،٧٪ فقط ذات تجاه سلبي.

وتلاها صحيفة الجزيرة التي نشرت ١١،٢٪ من موضوعاتها ذات تجاه إيجابي وارتفعت نسبة المواد السلبية ونشرت ١٥،١٪.

وفيما يخص النشر السلبي للموضوعات ارتفعت نسبة الموضوعات السلبية المنشورة في صحيفة الحياة، ونشرت ١١،٧٪ وفي صحيفة عكاظ ١٧،٦٪ بنما نشرت ٨٪ من موضوعاتها بشكل إيجابي.

جدول رقم (١٥) الاتجاه العام للموضوعات حسب الصحف

الصحيفة	إيجابي		محايد		سلبي	
	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%
الرياض	١٥٠	٨،٧	٢٦	١٠،١	١٣	١٠،٩
الجزيرة	١٩٣	١١،٢	٥٥	٢١،٤	١٨	١٥،١
عكاظ	١٣٦	٧،٩	٢٢	٨،٥	٢١	١٧،٦
المدينة	١٢٣	٧،١	١٣	٥	٩	٧،٥
الندوة	٤٢	٢،٤	٨	٣،١	٠	٠
البلاد	٢٤	١،٣	٢	٠،٧	٠	٠
اليوم	٦٥	٣،٧	٧	٢،٧	٨	٦،٧
الوطن	٩٦	٥،٥	١٦	٦،٢	١٢	١٠
الشرق الأوسط	٢٠	١،١	٤	١،٥	٠	٠
الحياة	٦٣	٣،٦	١٦	٦،٢	١٤	١١،٧
سبق	٢٩٧	١٧،٢	١٠	٣،٩	٢	١،٦
الاقتصادية	٤٥	٢،٦	١٠	٣،٩	٠	٠
شمس	٦٧	٣،٩	١١	٤،٢	٣	٢،٥
واس	٤٦	٢،٦	١٦	٦،٢	٢	٢،٥
أخرى	٣٥٠	٢٠،٣	٤٠	١٥،٦	١٧	١٤،٢
الإجمالي	١٧١٧	٪١٠٠	٢٥٦	٪١٠٠	١١٩	٪١٠٠

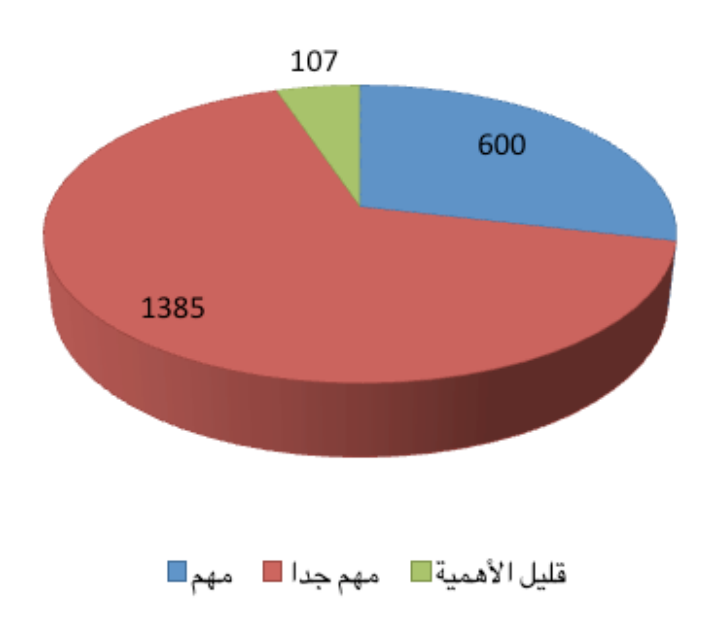
درجة الأهمية للموضوعات:

يشير الجدول أدناه، إلى درجة الأهمية للموضوعات التي تناولت هيئة الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر، حيث يلاحظ ارتفاع نسبة الموضوعات التي صنفت مهمة جداً وقد بلغت نسبتها (٦٦،٢٪) والموضوعات التي صنفت أنها مهمة (٢٨،٧٪) وقليلة الأهمية (٥٪) فقط من الموضوعات ذات العلاقة بهيئة الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر.

جدول رقم (١٦) درجة الأهمية للموضوعات

الاتجاه	التكرار	٪
مهـــم	٦٠٠	٢٨،٧
مهـــم جـــدا	١٣٨٥	٦٦،٢
قليل الأهمية	١٠٧	٥،١
الإجمـــــالي	٢٠٩٢	٪١٠٠

شكل رقم (٩) درجة الأهمية للموضوعات



درجة الأهمية للموضوعات حسب الأشهر:

يشير الجدول أدناه، إلى درجة الأهمية للموضوعات حسب الأشهر، ويلاحظ أن شهر ربيع الثاني هو أعلى الأشهر في نشر مواد ذات علاقة بهيئة الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر، فقد نشر (٢٨،١٪) و (٢٤،٤٪) وصنفا على أنهم من الموضوعات المهمة والمهمة جداً. وأدنى الأشهر في نشر موضوعات مهمة جداً هو شهر جمادى الأولى، حيث نشر (٩،٧٪) فقط.

جدول رقم (١٧) درجة الأهمية للموضوعات حسب الأشهر

الشهر	مهم		مهم جداً		قليل الأهمية	
	التكرار	٪	التكرار	٪	التكرار	٪
محرم	٨٤	١٤	٢٢٠	١٥،٨	٣٤	٣١،٧
صفر	٨٤	١٤	٢٠٣	١٤،٦	١٨	١٦،٨
ربيع الأول	١٠٤	١٧،٣	٢٢٧	١٦،٣	١	٠،٩
ربيع الثاني	١٦٩	٢٨،١	٣٣٩	٢٤،٤	٢٨	٢٦،١
جمادي الأولى	١١٤	١٩	١٣٥	٩،٧	٥	٤،٦
جمادى الثاني	٤٥	٧،٥	٢٦١	١٥،٥	٢١	١٩،٦
الإجمالي	٦٠٠	٪١٠٠	١٣٨٥	٪١٠٠	١٠٧	٪١٠٠



درجة الأهمية للموضوعات حسب الصحيفة :

يشير الجدول أدناه، إلى درجة الأهمية للموضوعات حسب الصحف، ويلاحظ أن صيغة سبق هي من أعلى الصحف نشراً للموضوعات التي صنفت أنها مهمة ومهمة جدا وقد بلغ الإجمالي العام لها (٣٢٪) من إجمالي ما نشر. ثم تلاها صحيفة الجزيرة ونشرت (٢٦،٤٪) من إجمالي ما نشر ثم صحيفة الرياض ونشرت ما مجموعة (١٨،٨٪) فقط.

ونشرت وكالة الأنباء السعودية (واس) أخباراً مهمة ومهمة جداً ذات علاقة بعمل الهيئات وبلغت نسبتها (٦٪) تقريباً.

وأعلى الصحف في نشر موضوعات صنفت أنها قليلة الأهمية صحيفة الجزيرة ونشرت ما نسبته (٢٠٪) تقريباً. ثم صحيفة الرياض (١٢،١٪) ثم صحيفة الوطن (١٠،٢٪).

جدول رقم (١٨) درجة الأهمية للموضوعات حسب الصحيفة

الصحيفة	مهم		مهم جداً		قليل الأهمية	
	التكرار	٪	التكرار	٪	التكرار	٪
الرياض	٦٥	١٠,٨	١١١	٨	١٣	١٢،١
الجزيرة	٩٣	١٥،٥	١٥٢	١٠،٩	٢١	١٩،٦
عكاظ	٤٥	٧،٥	١٢٦	٩	٨	٧،٤
المدينة	٤١	٦،٨	٩٤	٦،٧	١٠	٩،٣
الندوة	١١	١،٨	٣٣	٢،٣	٦	٥،٦
البلاد	٢	٠،٣	٢٣	١،٦	١	٠،٩
اليوم	٣٠	٥	٤٥	٣،٢	٥	٤،٦
الوطن	٣٥	٥،٨	٧٨	٥،٦	١١	١٠،٢
الشرق الأوسط	٨	١،٣	١٣	٠،٩	٣	٢،٨
الحياة	١٢	٢	٧٥	٥،٤	٦	٥،٦
سبق	١٠٥	١٧،٥	٢٠١	١٤،٥	٣	٢،٨
الاقتصادية	١٤	٢،٣	٣٧	٢،٦	٤	٣،٧
شمس	٣٠	٥	٣٦	٢،٥	٥	٤،٦
واس	١٥	٢،٨	٤٤	٣،١	٥	٤،٦
اخرى	٩٤	١٥،٦	٣١٧	٢٢،٨	٦	٥،٦
الإجمالي	٦٠٠	٪١٠٠	١٣٨٥	٪١٠٠	١٠٧	٪١٠٠



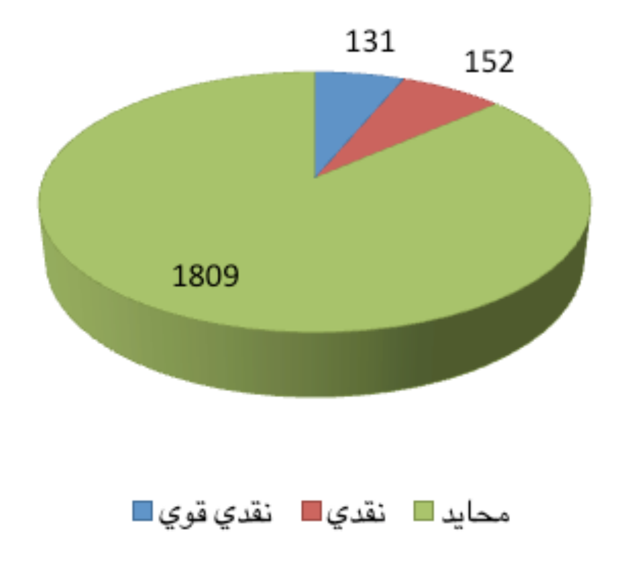
مستوى النقد للموضوعات:

يشير الجدول أدناه، إلى مستوى النقد للموضوعات حيث ارتفعت نسبة الموضوعات المحايدة وقد بلغت نسبتها (٨٦،٥٪)، والموضوعات التي حملت مستوى من النقد – تقدي ونقدي قوي– بلغت (١٣،٦٪).

جدول رقم (١٩) مستوى النقد للموضوعات

درجة النقد	التكرار	٪
نقدي قوي	١٣١	٦،٣
نقدي	١٥٢	٧،٣
محايد	١٨٠٩	٨٦،٥
الإجمالي	٢٠٩٢	٪١٠٠


شكل رقم (١٠) مستوى النقد للموضوعات





مستوى النقد للموضوعات حسب الأشهر:

يشير الجدول أدناه، إلى مستوى النقد للموضوعات حسب الأشهر، ويلاحظ أن أعلى الأشهر في درجة النقد كان شهر محرم بنسبة (٢٤،٤٪) وصنف موضوعاته بعبارات نقدي قوي، وتلاه شهر ربيع الثاني (٢٢،١٪) وشهر جمادى الأولى ادني الأشهر في النقد القوي بنسبة (٧،٦٪) فقط.

جدول رقم (٠٢) مستوى النقد للموضوعات حسب الأشهر

الشهر	نقدي		نقدي قوي		محايد	
	التكرار	٪	التكرار	٪	التكرار	٪
محرم	٣٤	٢٢،٣	٣٢	٢٤،٤	٢٧٢	١٥
صفر	٢٤	١٥،٧	١٦	١٢،٢	٢٦٥	١٤،٦
ربيع الأول	٢٩	١٩	٢٥	١٩	٢٧٨	١٥،٣
ربيع الثاني	٣٧	٢٤،٣	٢٩	٢٢،١	٤٧٠	٢٥،٩
جمادي الأولى	١٣	٨،٥	١٠	٧،٦	٢٣١	١٢،٧
جمادى الثاني	١٥	٩،٨	١٩	١٤،٥	٢٩٣	١٦،١
الإجمالي	١٥٢	٪١٠٠	١٣١	٪١٠٠	١٨٠٩	٪١٠٠

مستوى النقد للموضوعات حسب الصحف:

يشير الجدول أدناه، إلى مستوى النقد للموضوعات حسب الصحف، ويتضح أن صحيفة عكاظ هي من أعلى الصحف التي سجلت مستوى عالي من النقد للهيئات، وصنفت أنها نقدي قوي بنسبة (٢٠،٦٪)، ثم تلاها صحيفة الرياض بنسبة (١٤،٥٪) ثم صحيفة الجزيرة بنسبة (١٢،٢٪).

وسجلت سبق أعلى الصحف في الموقف المصنف على أنه محايد بنسبة (١٦،٣٪) من إجمالي ما نشر. وتلاها صحيفة الجزيرة بنسبة (١٢،٦٪).

جدول رقم (٢١) مستوى النقد للموضوعات حسب الصحيفة

الصحيفة	نقدي		نقدي قوي		محايد	
	التكرار	٪	التكرار	٪	التكرار	٪
الرياض	١٠	٦،٥	١٩	١٤،٥	١٦٠	٨،٨
الجزيرة	٢١	١٣،٨	١٦	١٢،٢	٢٢٩	١٢،٦
عكاظ	١٢	٧،٨	٢٧	٢٠،٦	١٤٠	٧،٧
المدينة	٥	٣،٢	١٢	٩،١	١٢٨	٧
الندوة	٢	١،٣	٠	٠	٤٨	٢،٦
البلاد	٦	٣،٩	١	٠،٧	١٩	١
اليوم	٣	١،٩	١٢	٩،١	٦٥	٣،٥
الوطن	٢٠	١٣،١	٦	٤،٥	٩٨	٥،٤
الشرق الأوسط	٠	٠	٢	١،٥	٢٢	١،٢
الحياة	١٥	٩،٨	٩	٦،٨	٦٩	٣،٨
سبق	١١	٧،٢	٢	١،٥	٢٩٦	١٦،٣
الاقتصادية	٢	١،٣	١	٠،٧	٥٢	٢،٨
شمس	١	١،٣	٦	٤،٥	٧٤	٤
واس	٣	١،٩	٢	١،٥	٥٩	٣،٢
أخرى	١١١	٧٣	١٦	١٢،٢	٣٥٠	١٩،٣
الإجمالي	١٥٢	٪١٠٠	١٣١	٪١٠٠	١٨٠٩	٪١٠٠

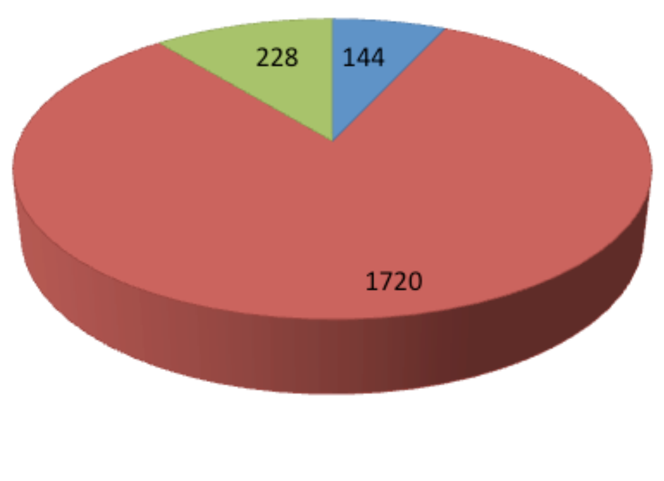
الرسالة الإعلامية للموضوعات:

يشير الجدول أدناه، إلى الرسالة الإعلامية للموضوعات التي رصد لهيئة الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر، وقد بلغت نسبة الموضوعات التي أكدت أن الهيئة تحارب الفتن وقد بلغت نسبتها (٨٢،٢٪) ولم تتجاوز نسبة من قال أن الهيئة تتدخل في الخصوصيات (٧٪) فقط.

جدول رقم (٢٢) الرسالة الإعلامية للموضوعات

الرسالة الإعلامية	التكرار	٪
الهيئة تتدخل في الخصوصيات	١٤٤	٦،٩
الهيئة تحارب الفتن	١٧٢٠	٨٢،٢
بدون رسالة	٢٢٨	١٠،٩
الإجمالي	٢٠٩٢	٪١٠٠

شكل رقم (١١) الرسالة الإعلامية للموضوعات



توزيع الأشهر على نوعية المضمون:

يشير الجدول أدناه، إلى توزيع الأشهر على الرسالة الإعلامية من نشر موضوعات هيئة الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر، ويلاحظ أن شهر ربيع الثاني هو أعلى الأشهر في الرسالة الإعلامية التي تؤكد أن الهيئة تحارب الفتن بنسبة (٢٥،٢٪) وتلاها شهري جمادى الثاني وربيع الأول بنسبة (١٦،٣٪) و (١٦،٢٪) لكل منهما على التوالي.

وفي شهر ربيع الثاني سجل أعلى رسالة إعلامية مفادها أن الهيئة تتدخل في الخصوصيات بنسبة بلغت (٢٤،٣٪) وتلاها شهري ربيع الأول ومحرم بنسبة (٢٢،٩٪) و(٢١،٥٪) لكل منهما على التوالي.

جدول رقم (٢٣) توزيع الأشهر على الرسالة الإعلامية

الأشهر	الهيئة تحارب الفتن		الهيئة تتدخل في الخصوصيات		بدون رسالة	
	التكرار	٪	التكرار	٪	التكرار	٪
محرم	٢٤٩	١٤،٥	٣١	٢١،٥	٥٨	٢٥،٩
صفر	٢٦٨	١٥،٦	١٥	١٠،٤	٢٢	٩،٦
ربيع الأول	٢٧٨	١٦،٢	٣٣	٢٢،٩	٢١	٧،٣
ربيع ثاني	٤٣٤	٢٥،٢	٣٥	٢٤،٣	٦٧	٢٩،٤
جمادي الأول	٢١٠	١٢،٢	١٣	٩	٣١	١٣،٦
جمادى ثاني	٢٨١	١٦،٣	١٧	١١،٨	٢٩	١٢،٧
الإجمالي	١٧٢٠	٪١٠٠	١٤٤	٪١٠٠	٢٢٨	٪١٠٠

توزيع الصحف على الرسالة الإعلامية:

يشير الجـدول أدنـاه، إلـى توزيع الصحف على الرسالة من وراء نشر موضوعات هيئة الأمـر بالمعروف والنهي عن المنكر، ويلاحظ ارتفـاع نسبة صحيفة سبق في تبنى موقف أن الهيئة تحارب الفتن، بنسبة بلغت (١٧،٤٪)، وتلاها صحيفة الجزيرة بنسبة (١٢،١٪). أما من أشار إلى أن الهيئة تتدخل في الخصوصيات، فقد ارتقت نسبتهم في صحيفة عكاظ، وبلغت (١٤،٦٪) من إجمالي ما نشر، ثم صحيفتي المدينة والجزيرة عند متوسط نسبة (١١و٤٪) من إجمالي ما نشر من موضوعات.

جدول رقم (٢٤) توزيع الصحف على الرسالة الإعلامية

الأشهــــر	الهيئة تحـارب الفتن		الهيئة تتدخل في الخصوصيات		بـدون رســالة	
	التكرار	٪	التكرار	٪	التكرار	٪
الرياض	١٥٧	٩،١	٩	٦،٣	٢٣	٨
الجزيرة	٢٠٨	١٢،١	١٦	١١،١	٤٢	١٤،٦
عكاظ	١٣٦	٧،٩	٢١	١٤،٦	٢٢	٧،٦
المدينة	١١٥	٦،٧	١٧	١١،٨	١٣	٤،٥
الندوة	٣٥	٢	٤	٢،٨	١١	٣،٨
البلاد	٢٥	١،٥	٠	٠	١	٠،٣
اليوم	٦٠	٣،٥	٨	٥،٦	١٢	٤،٢
الوطن	١٠٤	٦	٧	٤،٩	١٣	٤،٥
الشرق الأوسط	١٩	١،١	٠	٠	٥	١،٧
الحياة	٧٠	٤،١	١١	٧،٦	١٢	٤،٢
سبق	٢٩٩	١٧،٤	٨	٥،٦	٢	٠،٧
الاقتصادية	٤٢	٢،٤	٠	٠	١٣	٤،٥
شمس	٦٥	٣،٨	٥	٣،٥	١١	٣،٨
واس	٤٥	٢،٦	٣	٢،١	١٦	٥،٦
أخرى	٣٤٠	١٩،٨	٣٥	٢٤،٣	٩٢	٣١،٩
الإجمالي	١٧٢٠	١٠٠٪	١٤٤	١٠٠٪	٢٨٨	١٠٠٪

الموضوعات التي تناولها النشر الصحفي:

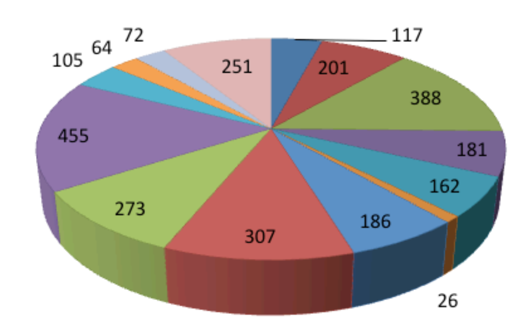
يشير الجدول أدناه، إلى توزيع نشر الموضوعات حسب الموضوعات التي تناولتها الصحف، ويمكن قراءة أكثر من نتيجة من الجدول وهي كما يأتي:

- أعلى الموضوعات في النشر هي موضوعات الندوات والمؤتمرات نشر منها ما نسبته ما نسبته (٢٧،٧٪).
- نشر من موضوعات المشاركة الاجتماعية (٢١،٧٪).
- نشر ما نسبته (١٨،٥٪) من الموضوعات حول الإباحية.
- موضوعات الخلوة غير الشرعية (١٢٪).
- موضوعات وقضايا الابتزاز بلغت نسبتها (٩،٦٪) فقط.
- نشرت الصحف (٨،٩٪) من موضوعاتها حول الاعتداء على رجال الهيئة.
- المخالفات الشرعية في الأسواق بلغت نسبتها (٧،٧٪)،
- نشر ما نسبته (٦،٥٪) من الموضوعات حول مداهمات الشقق المفروشة والاستراحات.
- الخمر ومنا يتعلق به من ترويج أو ضبطيات نشر ما نسبته (٨،٧٪) في النشر الصحفي.
- موضوعي السحر والشعوذة والمعاكسات التي نشرت الصحف (٥٪) لكل منها.
- موضوع الإرهاب من أقل الموضوعات التي تناولتها النشر الصحفي ونشر منها (١،٢٪) فقط.

جدول رقم (٢٥) الموضوعات التي تناولها النشر الصحفي

الموضوع	التكرار	٪
السحر والشعوذة	١١٧	٥،٦
الابتزاز	٢٠١	٩،٦
الإباحية	٣٨٨	١٨،٥
الخمر	١٨١	٨،٧
الأسواق	١٦٢	٧،٧
الإرهاب	٢٦	١،٢
الاعتداء على رجال الهيئة	١٨٦	٨،٩
المؤتمرات	٣٠٧	١٤،٧
الندوات	٢٧٣	١٣
المشاركة الاجتماعية	٤٥٥	٢١،٧
المعاكسات	١٠٥	٥
مداهمات الشقق	٦٤	٣،١
مداهمات الاستراحات	٧٢	٣،٤
الخلوة غير الشرعية	٢٥١	١٢
الإجمالي	٢٠٩٢	٪١٠٠

شكل رقم (١٢) الموضوعات التي تناولها النشر الصحفي



توزيع الأشهر على الموضوعات:

يشير الجدول أدناه، إلى توزيع نشر الموضوعات حسب أشهر الدراسة، ويمكن قراءة النتائج وفق الآتي:

- إجمالي ما نشر من موضوعات السحر (١١٧) موضوعاً.
- أعلى الموضوعات في النشر خلال شهر جمادى الثاني هي موضوعات السحر (٤٣) موضوعاً. وأقل الأشهر تناولاً شهر صفر.
- إجمالي ما نشر من موضوعات الابتزاز بلغ (٢٠١) موضوعاً، وشهر ربيع الثاني الأعلى في نشر قضايا الابتزاز، فقد نشر (٤٥) موضوعاً.
- بلغ عدد قضايا الإباحية التي غطتها الصحف (٣٨٨) موضوعاً.
- شهر ربيع الثاني الأغلى في نشر موضوعات ذات علاقة بالإباحية، فقد نشر (٩٣) موضوعاً، وتلاه شهري صفر (٨٧) موضوعاً وربيع الأول (٧٣) موضوعاً.
- أعلى الأشهر في تناول موضوعات الخمر وما يتعلق به هو شهر ربيع الثاني (٤٩) موضوعاً.
- المخالفات الشرعية في الأسواق تم تناولها (١٦٢) مره، وأعلى الأشهر شهر محرم (٦١) موضوعاً.
- موضوع الإرهاب من أقل الموضوعات تناولاً، وغطي بعدد (٢٦) مرة فقط، وأعلى الأشهر كان في شهر صفر.
- موضع الاعتداء على رجال هيئة الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر تم تناوله (١٨٦) مره، سجل في شهري ربيع الثاني ومحرم أعلى الاعتداءات ((٥٢) و (٥١) لكل منهما على التوالي.
- المؤتمرات التي شاركت فيها هيئة الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر تم تغطيتها بعدد (٣٠٧) مرة، وسجل شهر ربيع الثاني أعلى الأشهر بواقع (٨٣) مرة.
- سجلت أعلى الندوات التابعة لهيئة الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر في شهر محرم (٨٣) خبراً عن ندوة، من أصل (٢٧٣) خبراً ذو علاقة بهيئة الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر.



- حظي موضوع المشاركة الاجتماعية بأعلى التغطيات بواقع (٤٥٥) مرة.
- يعد شهر ربيع الثاني أعلى الأشهر في نشر موضوعات ذات علاقة لهيئة الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر ذات علاقة بالمشاركة الاجتماعية (١٢٨) موضوعاً.
- أعلى الأشهر في حالات المعاكسات شهر ربيع الثاني (٢٩) حالة سجلت في الصحافة.
- مداهمات الشقق المفروشة سجل (٦٤) حالة، شهري ربيع الأول والثاني من أعلى الأشهر (١٧) و(١٦) موضوعاً على التوالي.
- شهر ربيع الثاني الأعلى في مداهمات الاستراحات، حيث سجلت (٢١) موضوعاً.
- إجمالي عدد حالات الخلوة غير الشرعية التي تناولها النشر الصحفي (٢٥١) موضوعاً، شهر ربيع الثاني الأعلى حيث سجل ((٦٨) موضوعاً، وأقل الأشهر جمادى الثاني (١٣) موضوعاً.

جدول رقم (٢٦) توزيع الأشهر على الموضوعات

الأشهر	سحر	ابتزاز	إباحية	خمر	أسواق	إرهاب	الاعتداء	مؤتمرات	ندوات	المشاركة	معاكسات	شقق	استراحات	خلوة
محرم	١٨	٣٢	٦٠	٢٦	٦١	٢	٥١	٦٠	٨٣	٧٩	١٧	١٣	١٠	٢٩
صفر	٨	٢٤	٨٧	٣٠	١٣	١٠	١٤	٢٢	١٩	٨٠	١٤	١١	١٥	٥١
ربيع الأول	٩	٣٢	٧٣	٣٢	٢٧	٠	٢٩	٦٦	٢٥	٦٣	١٤	١٧	٩	٥١
ربيع الثاني	٢٢	٤٥	٩٣	٤٩	٤٥	٨	٥٢	٨٣	٧٥	١٢٨	٢٩	١٦	٢١	٦٨
جمادي الأولى	١٧	٢٦	٣٧	٣٠	٧	٢	٢٥	٥٢	٢٩	٢٤	١٠	٤	١٤	٣٩
جمادى الثاني	٤٣	٤٢	٣٨	١٤	٩	٤	١٥	٢٤	٤٢	٨١	٢١	٣	٣	١٣
الإجمالي	١١٧	٢٠١	٣٨٨	١٨١	١٦٢	٢٦	١٨٦	٣٠٧	٢٧٣	٤٥٥	١٠٥	٦٤	٧٢	٢٥١



توزيع الصحف على الموضوعات:

يشير الجدول أدناه، إلى توزيع نشر الموضوعات حسب الصحف، ويمكن قراءة النتائج وفق الآتي:

- أعلى الصحف السعودية في نشر موضوعات السحر كانت صحيفة سبق الإلكترونية، حيث نشرت (١٦) موضوعاً.
- بثت وكالة لأنباء السعودية (٢) خبر عن السحر.
- إجمالي ما نشر من مواضيع عن السحر في مختلف الصحف بلغ (١١٩) موضوعاً.
- صحيفة سبق الأعلى ني نشر تغطيات حول قضايا الابتزاز، ونشرت (٤٩) موضوعاً.
- أقل الصحف في نشر التغطيات حول الابتزاز: الندوة البلاد، اليوم، الشرق الأوسط الاقتصادية.
- نشرت صحيفة سبق (١٣٠) موضوعاً ذو علاقة بالإباحية من أصل (٣٨٨) موضوع توزعت على مختلف وسائل النشر.
- تساوت كل من صحيفتي الجزيرة وسبق في نشر تغطيات حول الخمر (٣٣) مادة لكل منهما.
- لم تسجل أي مادة ذات علاقة بالخمر في صحيفتي البلاد والندوة خلال فترة الدراسة.
- نشرت صحيفة الرياض (٨) مواضيع حول المخالفات الشرعية في الأسواق من أصل (١٦٢) توزعت على مختلف الوسائل الإعلامية.
- صحيفة الجزيرة أعلى الصحف في نشر موضوعات ذات علاقة بالإرهاب تمس هيئة الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر، حيث نشرت (٥) موضوعات فقط.
- سجلت سبق أعلى الصحف في نشر موضوعات تتعلق بالاعتداء على رجال هيئة الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر (٢٦) موضوعاً.
- صحيفة الجزيرة أعلى الصحف في تغطية المؤتمرات التي شاركت فيها هيئة الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر ((٧٣) مؤتمراً، وتلاها بفارق واضح صحيفة الرياض (٤٢) مؤتمراً.
- صحيفتي الجزيرة والرياض من أكثر الصحف نشراً لأخبار الندوات التي شاركت



فيها هيئة الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر (٧٢) و (٥٢) لكل منهما على التوالي.

- صحيفة الجزيرة أعلى الصحف في نشر المشاركة الاجتماعية لهيئة الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر، ونشرت (٨٥) موضوعاً.
- صحيفة سبق الإلكترونية الأعلى في نشر المعاكسات التي سجلتها هيئة الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر.
- تناولت صحيفة سبق مداهمات الشقق المفروشة والاستراحات بـ (٢٣) موضوعاً لكل منهما.
- ضبط الخلوة غير الشرعية، سجلت صحيفة سبق (٦٩) موضوعاً.

جدول رقم (٢٧) توزيع الصحف على الموضوعات

الصحف	سحر	ابتزاز	إباحية	خمر	أسواق	إرهاب	الاعتداء	مؤتمرات	ندوات	المشاركة	معاكسات	شقق	استراحات	خلوة
الرياض	١٢	١٢	١٧	٢٢	٨	٤	٣	٤٢	٥٢	٥٢	٩	٤	٦	٦
الجزيرة	١١	١٨	٢٣	٣٣	١٠	٥	٦	٧٣	٧٢	٨٥	٧	٢	١	١٤
عكاظ	١٠	١٧	٢٢	١١	١٤	٣	١٣	٣٧	١٨	٤٧	٦	١	٦	٢١
المدينة	١٢	١٣	٨	١٥	١٦	٤	٢١	٩	١٣	٢٧	٨	٢	٢	١٢
الندوة	٦	٢	٠	٠	٠	٠	٥	٥	١٠	٢٣	٠	٠	٠	٠
البلاد	١	١	٠	٠	٠	٠	٠	٦	٤	١٩	٠	٠	٠	٠
اليوم	٨	٦	٨	٨	١٣	٢	٥	١٣	٦	٢٥	٢	٢	٤	٨
الوطن	٥	٧	٢٥	١٢	١١	٢	١٨	١٢	٦	١٦	٥	٢	٢	١٣
الشرق الأوسط	٢	٥	٠	٠	٠	٠	٠	٨	١	٦	٢	٢	٢	٤
الحياة	٧	١٢	١٥	٥	١٥	٣	٢٠	٢٠	٥	١٨	٤	٤	٦	١٢
سبق	١٦	٤٩	١٣٠	٣٣	٣٣	١	٢٦	٢١	١٩	٢٨	١٩	٢٣	٢٣	٦٩
الاقتصادية	٢	٦	٥	٠	٢	٠	٠	٩	١٧	٢٥	٠	٠	٣	٢
شمس	٤	١٢	٨	٦	٥	٠	٨	١٣	١١	١٨	٧	٠	٠	٨
واس	٢	٠	٢	٣	٠	١	٠	١٢	٢٠	١٩	٢	٠	٠	٠
أخرى	١٩	٥٠	١٣٠	٣٣	٣٥	١	٦١	٢٣	١٩	٥٦	٤٠	٢٢	١٧	٨١
الإجمالي	١١٩	٢٦٤	٣٨٨	١٨١	١٦٢	٢٦	١٨٦	٣٠٧	٢٧٣	٤٥٥	١٠٥	٦٤	٧٢	٢٥١

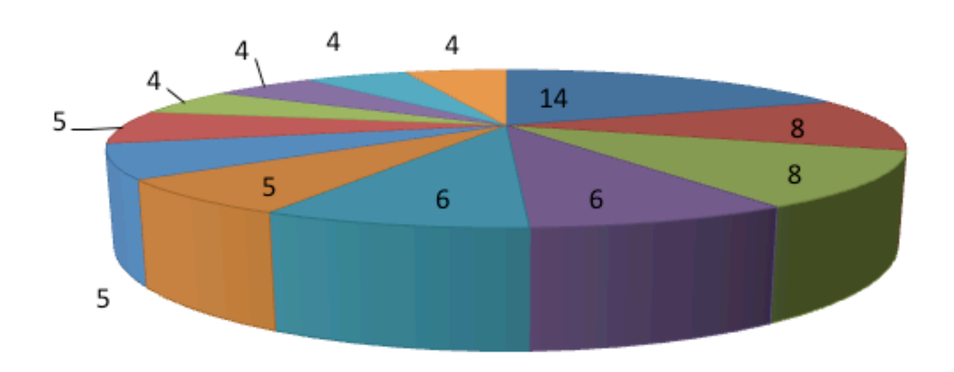
أعلى الكُتاب في النشر:

يشير الجدول أدناه، إلى أعلى الكُتاب في النشر، حيث الكتابة حسناء عبد العزيز القنبعير من أعلى الكتاب في النشر، وقد سجلت موقفها في (١٤) مقالاً وتلاها د. سالم بن أحمد سحاب، وعبد السلام بن صالح الراجحي (٨) مقالات لكل منهم.

جدول رقم (٢٨) أعلى الكُتاب في النشر

الكتُاب	التكرار	٪
د. حسناء عبد العزيز القنبعير	١٤	٠,٧
د. سالم بن أحمد سحاب	٨	٠,٤
عبد السلام بن صالح الراجحي	٨	٠,٤
د. هاشم عبده هاشم	٦	٠,٣
خلف الحربي	٦	٠,٣
موضي الزهراني	٥	٠,٢
رقية سليمان الهويرني	٥	٠,٢
خالد قماش	٥	٠,٢
أمل الطعيمي	٤	٠,٢
محمد السحيمي	٤	٠,٢
عبدالله فراج الشريف	٤	٠,٢
أحمد عبد الله العرفج	٤	٠,٢

شكل رقم (١٣) أعلى الكُتاب في النشر







المبحث الثاني:

تحليل المضمون ومناقشة نتائج النشر الصحفي

(أ): تحليل المضمون:

من خلال استقصاء النتائج السابقة للنشر الصحفي وفق الجداول الغحصائية وما تم رصده يمكن استخلاص ما يأتي:

- أعلى الأيام في نشر أخبار هيئة الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر يوم الأحد، ونشر (٤٢٦) موضوعًا بنسبة بلغت (٢٠،٤٪).
- أدنى الأيام في نشر أخبار هيئة الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر يوم الاثنين ونشر (٢٨٨) موضوعاً بنسبة (١٣،٨٪).
- شهر ربيع الثاني أعلى الأشهر في نشر موضوعات هيئة الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر، ونشر (٥٤٦) موضوعاً بنسبة (٢٥،٦٪)، وادني الأشهر شهر جمادي الأول ونشر (٢٥٤) موضوعاً بنسبة لا تتجاوز (١٢٪).
- صحيفة الجزيرة أعلى الوسائل الإعلامية في نشر موضوعات هيئة الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر، ونشرت (٢٦٦) موضوعاً بنسبة (١٢،٧٪).
- نشرت المواقع الإلكترونية (٧٨٠) موضوعاً، موقع صحيفة سبق الإلكتروني وهو أعلى المواقع في النشر (٣٠٩) موضوعاً بنسبة بلغت (١٤،٨٪).
- بثت وكالة الأنباء السعودية ما مجموعة (٦٤) خبراً عن هيئة الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر بنسبة (٣،١٪).
- مختلف الصحف نشرت موضوعاتها حول هيئة الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر ضمن المساحة القصيرة التي ضمنت (أقل من ٢٥٠ كلمة)، حيث بلغت



نسبتها (٥٨،٦٪) وعدد موضوعاتها (١٧٩٠) موضوعاً.

- ركزت مختلف الصحف في النشر على الأخبار بنسبة (٨٨،٧٪) وكتبت (١٧٥٦) خبراً.

- شهر ربيع الثاني هو أعلى الأشهر في نشر الأخبار ذات العلاقة بهيئة الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر بنسبة (٢٦٪).

- اللقاءات وهي نوع من أنواع النشر الصحفي، نشر منها هو (١١) لقاءاً، أما التقارير فإن إجمالي ما نشر منها هو (٧٩) تقريراً جاءت النسبة الأعلى في النشر في شهر ربيع الثاني (٢٦،٥٪).

- بينت الدراسة أن الصحف اعتمدت في نشرتها على مراسليها المنتشرين في مختلف المناطق الجغرافية والهيئات وقد بلغت نسيتها (٩٠،٤٪) تقريباً، وبثت وكالات الأنباء العربية (١٦) خبراً فقط بنسبة لن تصل إلى (١٪) خلال فترة الدراسة.

- تشير الدراسة إلى ارتفاع نسبة الاتجاه الإيجابي للعناوين وقد بلغت نسبتها (٨١،٤٪) أما الاتجاه السلبي فقد بلغت نسبتها (٥،٤٪) فقط.

- شهر ربيع الثاني أعلى الأشهر في نشر عناوين ذات تجاه إيجابي بنسبة ٢٥٪.

- بينت الدراسة ارتفاع نسبة المواد التي صنفت أنها إيجابية من إجمالي المواد، وقد بلغ عددها (١٧٠٢) مادة صحيفة.

- أعلى الصحف في نشر مواد سلبية ذات علاقة بهيئة الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر فصحيفة عكاظ التي نشرت ١٨،٧٪ من موادها سلبية بينما نشرت ٧،٧٪ من موادها بصورة إيجابية.

- ارتفاع الموضوعات الإيجابية وقد بلغت نسبتها (٨٢،١٪) بينما الموضوعات ذات الاتجاه السلبي لم تتجاوز (٦٪) فقط.

- شهر ربيع الثاني هو أعلى الأشهر في نشر مواد إيجابية، وقد بلغت نسبتها ٢٥٪ تقريباً وتلاها بفارق واضح شهر صفر بنسبة ١٦،٢٪ وأدنى الأشهر في نشر مواد إيجابية شهر جمادى الأول بنسبة ١١،٤٪ فقط.
- أعلى الأشهر في نشر الموضوعات السلبية شهر ربيع الأول بنسبة ٢٨٪ تقريباً، ثم شهر ربيع الأول بنسبة ٢٤٪
- ارتفاع نسبة الموضوعات التي صنفت مهمة جداً وقد بلغت نسبتها (٦٦،٢٪) والموضوعات التي صنفت أنها مهمة (٢٨،٧٪) وقليلة الأهمية (٥٪) فقط من الموضوعات ذات العلاقة بهيئة الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر.
- شهر ربيع الثاني هو أعلى الأشهر في نشر مواد ذات علاقة بهيئة الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر، فقد نشر (٢٨،١٪) و (٢٤،٤٪) وصنفا على أنهم من الموضوعات المهمة والمهمة جداً.
- صحيفة سبق هي من أعلى الصحف نشراً للموضوعات التي صنفت أنها مهمة ومهمة جدا وقد بلغ الإجمالي العام لها (٣٢٪) من إجمالي ما نشر. ثم تلاها صحيفة الجزيرة ونشرت (٢٦،٤٪) من إجمالي ما نشر ثم صحيفة الرياض ونشرت ما مجموعة (١٨،٨٪) فقط.
- ارتفعت نسبة الموضوعات المحايدة وقد بلغت نسبتها (٨٦،٥٪)، والموضوعات التي حملت مستوى من النقد – تقدي ونقدي قوي- بلغت (١٣،٦٪).
- أعلى الأشهر في درجة النقد كان شهر محرم بنسبة (٢٤،٤٪).
- صحيفة عكاظ هي من أعلى الصحف التي سجلت مستوى عالي من النقد للهيئات، وصنفت أنها نقدي قوي بنسبة (٢٠،٦٪)، ثم تلاها صحيفة الرياض بنسبة (١٤،٥٪) ثم صحيفة الجزيرة بنسبة (١٢،٢٪).
- سجلت سبق أعلى الصحف في الموقف المصنف على أنه محايد بنسبة

(١٦،٣٪) من إجمالي ما نشر. وتلاها صحيفة الجزيرة بنسبة (١٢،٦٪).

- بلغت نسبة الموضوعات التي أكدت أن الهيئة تحارب الفتن (٨٢،٢٪) ولم تتجاوز نسبة من قال أن الهيئة تتدخل في الخصوصيات (٧٪) فقط.
- بينت الدراسة شهر ربيع الثاني هو أعلى الأشهر في الرسالة الإعلامية التي تؤكد أن الهيئة تحارب الفتن بنسبة (٢٥،٢٪) وتلاها شهري جمادى الثاني وربيع الأول بنسبة (١٦،٣٪) و (١٦،٢٪) لكل منهما على التوالي.
- أعلى الموضوعات في النشر هي موضوعات الندوات والمؤتمرات نشر منها ما نسبته ما نسبته (٢٧،٧٪).
- نشر من موضوعات المشاركة الاجتماعية (٢١،٧٪).
- نشر ما نسبته (١٨،٥٪) من الموضوعات حول الإباحية.
- موضوعات الخلوة غير الشرعية (١٢٪).
- موضوعات وقضايا الابتزاز بلغت نسبتها (٩،٦٪) فقط.
- نشرت الصحف (٨،٩٪) من موضوعاتها حول الاعتداء على رجال الهيئة.
- المخالفات الشرعية في الأسواق بلغت نسبتها (٧،٧٪)،
- نشر ما نسبته (٦،٥٪) من الموضوعات حول مداهمات الشقق المفروشة والاستراحات.
- الخمر ومنا يتعلق به من ترويج أو ضبطيات نشر ما نسبته (٨،٧٪) في الوسائل الإعلامية.
- موضوعي السحر والشعوذة والمعاكسات نشرت الوسائل الإعلامية (٥٪) لكل منها.

- موضوع الإرهاب من أقل الموضوعات التي تناولتها الوسائل الإعلامية ونشر منها (١،٢٪) فقط.

- إجمالي ما نشر من موضوعات السحر (١١٧) موضوعاً.

- أعلى الموضوعات في النشر خلال شهر جمادى الثاني هي موضوعات السحر (٤٣) موضوعاً. وأقل الأشهر تناولاً شهر صفر.

- إجمالي ما نشر من موضوعات الابتزاز بلغ (٢٠١) موضوعاً، وشهر ربيع الثاني الأعلى في نشر قضايا الابتزاز، فقد نشر (٤٥) موضوعاً.

- بلغ عدد قضايا الإباحية التي غطتها الصحف (٣٨٨) موضوعاً.

- شهر ربيع الثاني الأعلى في نشر موضوعات ذات علاقة بالإباحية، فقد نشر (٩٣) موضوعاً، وتلاه شهري صفر (٨٧) موضوعاً وربيع الأول (٧٣) موضوعاً.

- أعلى الأشهر في تناول موضوعات الخمر وما يتعلق به هو شهر ربيع الثاني (٤٩) موضوعاً.

- المخالفات الشرعية في الأسواق تم تناولها (١٦٢) مره، وأعلى الأشهر شهر محرم (٦١) موضوعاً.

- موضوع الإرهاب من أقل الموضوعات تناولاً، وغطي بعدد (٢٦) مرة فقط، وأعلى الأشهر كان في شهر صفر.

- موضع الاعتداء على رجال هيئة الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر تم تناوله (١٨٦) مره، سجل في شهري ربيع الثاني ومحرم أعلى الاعتداءات ((٥٢) و (٥١) لكل منهما على التوالي.

- المؤتمرات التي شاركت فيها هيئة الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر تم

تغطيتها بعدد (٣٠٧) مرة، وسجل شهر ربيع الثاني أعلى الأشهر بواقع (٨٣) مرة.

- سجلت أعلى الندوات التابعة لهيئة الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر في شهر محرم (٨٣) خبراً عن ندوة، من أصل (٢٧٣) خبراً ذو علاقة بهيئة الأم بالمعروف والنهي عن المنكر.
- حظي موضوع المشاركة الاجتماعية بأعلى التغطيات بواقع (٤٥٥) مرة.
- يعد شهر ربيع الثاني أعلى الأشهر في نشر موضوعات ذات علاقة لهيئة الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر ذات علاقة بالمشاركة الاجتماعية (١٢٨) موضوعاً.
- أعلى الأشهر في حالات المعاكسات شهر ربيع الثاني (٢٩) حالة سجلت في الصحافة.
- مداهمات الشقق المفروشة سجل (٦٤) حالة، شهري ربيع الأول والثاني من أعلى الأشهر (١٧) و(١٦) موضوعاً على التوالي.
- شهر ربيع الثاني الأعلى في مداهمات الاستراحات، حيث سجلت (٢١) موضوعاً.
- إجمالي عدد حالات الخلوة غير الشرعية التي تناولتها الوسائل الإعلامية (٢٥١) موضوعاً، شهر ربيع الثاني الأعلى حيث سجل ((٦٨) موضوعاً، وأقل الأشهر جمادى الثاني (١٣) موضوعاً.
- أعلى الصحف السعودية في نشر موضوعات السحر كانت صحيفة سبق الإلكترونية، حيث نشرت (١٦) موضوعاً.
- بثت وكالة لأنباء السعودية (٢) خبر عن السحر.

- إجمالي ما نشر من مواضيع عن السحر في مختلف الصحف بلغ (١١٩) موضوعاً.
- صحيفة سبق الأعلى ني نشر تغطيات حول قضايا الابتزاز، ونشرت (٤٩) موضوعاً.
- أقل الصحف في نشر التغطيات حول الابتزاز: الندوة البلاد، اليوم، الشرق الأوسط الاقتصادية.
- نشرت صحيفة سبق (١٣٠) موضوعاً ذو علاقة بالإباحية من أصل (٣٨٨) موضوع توزعت على مختلف الصحف.
- تساوت كل من صحيفتي الجزيرة وسبق في نشر تغطيات حول الخمر (٣٣) مادة لكل منهما.
- لم تسجل أي مادة ذات علاقة بالخمر في صحيفتي البلاد والندوة خلال فترة الدراسة.
- نشرت صحيفة الرياض (٨) مواضيع حول المخالفات الشرعية في الأسواق من أصل (١٦٢) توزعت على مختلف الوسائل الإعلامية.
- صحيفة الجزيرة أعلى الصحف في نشر موضوعات ذات علاقة بالإرهاب تمس هيئة الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر، حيث نشرت (٥) موضوعات فقط.
- سجلت سبق أعلى الصحف في نشر موضوعات تتعلق بالاعتداء على رجال هيئة الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر (٢٦) موضوعاً.
- صحيفة الجزيرة أعلى الصحف في تغطية المؤتمرات التي شاركت فيها هيئة الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر ((٧٣) مؤتمراً، وتلاها بفارق واضح صحيفة الرياض (٤٢) مؤتمراً.

- صحيفتي الجزيرة والرياض من أكثر الصحف نشراً لأخبار الندوات التي شاركت فيها هيئة الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر (٧٢) و (٥٢) لكل منهما على التوالي.

- صحيفة الجزيرة أعلى الصحف في نشر المشاركة الاجتماعية لهيئة الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر، ونشرت (٨٥) موضوعاً.

- صحيفة سبق الإلكترونية الأعلى في نشر المعاكسات التي سجلتها هيئة الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر.

- تناولت صحيفة سبق مداهمات الشقق المفروشة والاستراحات بـ (٢٣) موضوعاً لكل منهما.

- ضبط الخلوة غير الشرعية، سجلت صحيفة سبق (٦٩) موضوعاً.

- الكتابة حسناء عبد العزيز القنبعير من أعلى الكتاب في النشر، وقد سجلت موقفها في (١٤) مقالاً وتلاها د. سالم بن أحمد سحاب، وعبد السلام بن صالح الراجحي (٨) مقالات لكل منهم.

(ب) مناقشة نتائج دراسة النشر الصحفي:

من خلال الرصد والتحليل لما تم نشرة في الفترة (١٤٣٢/١/١هـ - ١٤٣٢/٦/١هـ) يظهر تحليل الرصد الصحفي أن تحسنا ملحوظا للصورة الذهنية لجهاز هيئة الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر في صورته العامة، مخالفة لما هو مشاع عن اهتزازها نتيجة النشر الصحفي المبالغ فيه تجاه الهيئة.

قدمت الدراسة تحليلا لمواقف واتجاهات الصحافة السعودية نحو رجال الهيئة ومنسوبيها من خلال رصد الاتجاهات الإيجابية والسلبية للفئات الرئيسة القائمة على العمل بالهيئة.

أظهرت نتائج هذه الدراسة أن الاتجاهات الإيجابية هي الغالبة على موقف الصحف من رجال الهيئة وأعضائها، - ولكن ليس بفارق كبير - عن الاتجاهات السلبية، إذ بلغت نسبة الاتجاهات الإيجابية نحو أعضاء الهيئة بصفة عامة (٥٨,٤٪)، مقابل (٣٤,٦٪) للاتجاه السلبي، ثم (٦٪) فقط للاتجاه المحايد نحوهم.

أما أعلى الصحف في نشر مواد سلبية ذات علاقة بهيئة الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر فصحيفة عكاظ التي نشرت ١٨،٧٪ من موادها سلبية بينما نشرت ٧،٧٪ من موادها بصورة إيجابية. وتلاها صحيفة الجزيرة بنسبة ١٦٪ ثم صحيفة المدينة بنسبة ١٠٪. كذلك صحيفة الحياة التي نشرت مواد سلبية بلغت نسبتها ٩٪ تقريباً.

كما أظهرت الدراسة أن واقع الطرح الصحفي بشأن "هيئة الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر"، الكيفية التي ينظر بها الكتاب للهيئة، وإلى مساعدة الهيئة في أداء دورها الدعوي والقيمي، إلا أن نتائج التحليل تظهر انقساما واضحا للصحف السعودية في نظرتها لهيئة الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر.



أظهرت الدراسة أن صحيفة (سبق) هي من أعلى الصحف نشراً للموضوعات التي صنفت أنها مهمة ومهمة جدا وقد بلغ الإجمالي العام لها (٣٢٪) من إجمالي ما نشر. ثم تلاها صحيفة الجزيرة ونشرت (٢٦،٤٪) من إجمالي ما نشر ثم صحيفة الرياض ونشرت ما مجموعة (١٨،٨٪) فقط.

كما أكدت الدراسة أنه قد ارتفعت نسبة الموضوعات المحايدة وقد بلغت نسبتها (٨٦،٥٪)، والموضوعات التي حملت مستوى من النقد – تقدي ونقدي قوي- بلغت (١٣،٦٪).

وقد أظهرت نتائج التحليل أن الكتاب السعوديين منقسمون بصفة أساسية وبنسب متقاربة بين موقفين رئيسيين، هما: موقف التأييد لوجود الهيئة وتأييد أسلوب عملها، وقد حقق هذا الموقف نسبة وصلت إلى (٧,٤٠٪). أما الموقف الثاني وهو موقف التأييد لوجود الهيئة مع انتقاد أسلوب عملها، وورد هذا الموقف بنسبة (٣٨٪)، أما الموقف الذي يعارض وجود الهيئة في المجتمع السعودي، وينتقد أسلوب عملها فبلغ نسبة (٣,٢١٪).

وأوضحت هذه الدراسة (نسبة) الكتاب السعوديين الذين ينتهجون السعي لإلغاء عمل الهيئة بحجة أن المجتمع السعودي لم يصل بعد إلى درجة الانحلال التي تستلزم وجود الهيئة، وقد ورد هذا المبرر بنسبة (٣,٧٪).

رصدت الدراسة نسبة مقالات الكتاب من أهمها :أن وجود هيئة الأمر بالمعروف يعوق تفعيل مشاريع الدولة الإصلاحية والفكرية داخل الوطن السعودي، وأن وجود هيئة الأمر بالمعروف أصبح خطراً يهدد تماسك المجتمع، والتي مثلت نسبة (٤٩٪).

وقد أظهرت الدراسة أن الكتابة حسناء عبد العزيز القنبعير من أعلى الكتاب في النشر، وقد سجلت موقفها في (١٤) مقالاً وتلاها د. سالم بن أحمد سحاب، وعبد السلام بن صالح الراجحي (٨) مقالات لكل منهم.

المبحث الثالث:

نتائج دراسة الاستبيان

أ. الإجراءات المنهجية:

عينة الدراسة: تم اختيار عينة الدراسة من الطلاب، وذلك من أجل:

أ. تقنين أداة القياس المستخدمة بالدراسة من خلال العينة الاستطلاعية.

ب. التطبيق على العينة النهائية للتوصل إلى نتائج الدراسة والإجابة عن أسئلتها وتفسير ومناقشة نتائجها واستخلاص التوصيات والمقترحات.

هذا وقد تكونت عينة الدراسة الاستطلاعية من ١٠٪ ممن اختيروا بطريقة العينة العشوائية البسيطة من خلال طلاب عدة أقسام مختلفة تمثل مستويات تعليمية متنوعة بكليات مختلفة من جامعة الملك سعود بالرياض؛ وقد بلغ المتوسط الحسابي لأعمار العينة الاستطلاعية ٢٢,٧٣ سنة وانحراف معياري قدره ٢,٨٧سنة؛ وقد استخدمت بيانات هذه العينة في تقنين أداة الدراسة الحالية استبانة «اتجاهات الصحف في تغطية الأخبار المتعلقة بأعمال هيئة الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر».

أما عينة الدراسة الميدانية فقد تم اختيارها بطريقة العينة العشوائية البسيطة وقد اشتملت على عينة من طلاب جميع التخصصات الدراسية من كليات جامعة الملك سعود بالرياض وجامعة الملك عبد العزيز بجدة من مستويات تعليمية مختلفة، وقد بلغ حجم هذه العينة ٢٣٢ طالباً – من أصل ٥٠٠ طالب شماتهم الاستبانة –وقد بلغ المتوسط الحسابي لأعمار العينة النهائية ٢١,٥٤ سنة بانحراف معياري قدره ٣,٤٧ سنة؛ وقد استخدمت بيانات هذه العينة في الإجابة على أسئلة الدراسة.

أداة الدراسة: تمثلت أداة الدراسة في استبانة للكشف عن رأي الجمهور (الطلاب) في «اتجاهات الصحف في تغطية الأخبار المتعلقة بأعمال هيئة الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر».

تم تطبيق أداة الدراسة على العينة الاستطلاعية وذلك من أجل حساب كل من: صدق الاستبانة – الاتساق الداخلي للفقرات– صدق فقرات الاستبانة – من خلال حساب معامل ارتباط الفقرة بالبعد الذي تنتمي إليه بعد حذف درجة الفقرة من البعد الذي تنتمي إليه– ؛ ثم حساب ثبات العبارات وثبات محاور



الاستبانة باستخدام طريقة ألفا كرونباخ إضافة إلى استخدام طريقة التجزئة النصفية لجتمان وسبيرمان.

هذا وقد تناولت استبانة «اتجاهات الصحف في تغطية الأخبار المتعلقة بأعمال هيئة الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر». (من إعداد فريق المشروع البحثي).

قام الباحثون بإعداد أداة الدراسة التي اشتملت على قسمين: القسم الأول يشتمل على البيانات الرئيسة، كما اشتملت على ستة وثلاثين عبارة تكشف عن آراء العينة في اتجاهات الصحف المحلية في تغطية الأخبار المتعلقة بالهيئة من وجهة نظر عينة من المجتمع السعودي من خلال ثلاثة محاور:

المحور الأول: يمثل الاتجاهات حول تغطية الصحف السعودية للأخبار المتعلقة بالهيئة وعدد فقراته (١٥) فقرة. والمحور الثاني: يمثل تأثير تغطية الصحف لأعمال الهيئة على الصورة الذهنية لدى أفراد المجتمع السعودي تجاه الهيئة وعدد فقراته (١١) فقرة، والمحور الثالث: يمثل تقييم التغطية الصحفية لأعمال الهيئة بصورة عامة وعدد فقراته (١٠) فقرات، وتتم الإجابة على كل فقرة من خلال خمسة اختيارات على مقياس ليكرت وتعطى الدرجات من الأعلى إلى الأدنى للعبارات الموجبة على التدريج من خمس إلى واحد درجة؛ أما العبارة السالبة فقد عكس التقدير ليكون من واحد إلى خمس درجات من خلال تدريج القياس (أوافق بشدة، ....، لا أوافق بشدة).

إجراءات البحث: تم تجميع الاستبانات ومراجعتها وفحصها ثم تفريغها وإدخالها للحاسب الآلي وتعريف متغيراتها وترميزها تمهيداً لتحليلها إحصائيا ً والإجابة على تساؤلات الدراسة واستخلاص النتائج وتفسيرها ومناقشتها وعرض التوصيات والمقترحات.

المعالجة الإحصائية: تم استبعاد غير الكامل منها أو التي لا تتسم بالجدية في الاستجابة عليها وتم معالجتها إحصائيا من خلال ما يأتي:

المتوسطات والانحرافات المعيارية لوصف أعمار العينة الاستطلاعية والنهائية والتكرارات والنسب المئوية لأبعاد الاستبانة، كما تم استخدام معامل ثبات ألفا كرونباخ ومعامل الارتباط للفقرات والأبعاد لتقنين الأداة، والمتوسطات العامة أو متوسط المتوسطات أو المتوسطات الوزنية لأبعاد الاستبانة، واختبار (ت) وتحليل التباين- AN VA واختبار توكي TUKEY للمقارنات البعدية المتعددة للإجابة على تساؤلات الدراسة.

صدق المحكمين: عرضت الصورة الأولية للأداة (استبانة «اتجاهات الصحف في تغطية الأخبار المتعلقة بأعمال هيئة الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر».) على (٥) محكمين من الأساتذة والأساتذة المشاركين بقسم التربية وعلم النفس وقسم الثقافة الإسلامية بكلية التربية جامعة الملك سعود،[٧٧] وطلب منهم تحديد انتماء أو عدم انتماء العبارة إلى المقياس الذي تنتمي إليه ومدى وضوحها، وإضافة ما يرونه من تعديلات مناسبة، وقد استفاد الباحثون من آراء هؤلاء المحكمين في إعادة صياغة أو تعديل بعض العبارات وحذف العبارات غير المرتبطة بالمحاور بشكل مباشر وذلك في ضوء آرائهم واقتراحاتهم، وكذلك إضافة بعض العبارات، وقد أسفر صدق المحكمين على أن كل عبارة تنتمي إلي المحور الفرعي الخاص بها والذي تقيسه؛ مع اقتراح فقرات إضافية أخرى لتغطية المحاور بدرجة كافية وقد أسفر التحكيم على الاستبانة في صورتها الأولية عن اشتمال المحور الأول على عدد ١٥ عبارة والمحور الثاني على ١٠ عبارات والمحور الثالث على ١٦ عبارة بحيث عدد عبارات الاستبانة بعد التحكيم عليها في صورتها الأولية ٤١ عبارة موزعة على المحاور الثلاثة للاستبانة، وبعد التحقق من صدق المحكمين تم تطبيق الأداة على عينة الدراسة الاستطلاعية المكونة من ١٠٠ طالب من الأقسام المختلفة والمستويات التعليمية المتنوعة بكليات جامعة الملك سعود من طلبة البكالوريوس وطلبة الدراسات العليا وذلك تمهيداً لتقنين الأداة من خلال حساب الصدق والثبات بالطرق الإحصائية.

صدق العبارات: تم حساب صدق العبارات عن طريق حساب معامل الارتباط بين درجات كل عبارة والدرجة الكلية للمقياس الفرعي الذي تقيسه، وذلك في حالة حذف درجة العبارة من الدرجة الكلية للمقياس الفرعي الذي تقيسه، بافتراض أن بقية درجات المقياس الفرعي محكاً لدرجات تلك العبارة، فوجد أن جميع العبارات صادقة، حيث وجد أن جميع معاملات الارتباط دالة إحصائياً عند مستوى ٠,٠٥ أو مستوى ٠,٠١ ماعدا العبارات أرقام ٧ (بالمحور الأول)، ٤، ١٥ (بالمحور الثالث) وعلى ذلك فقد تم حذفهما من عبارات الاستبانة لأنهم لم يصلوا مستوى الدلالة الإحصائية المطلوبة وهي ٠,٥ أو ٠,١ والجدول التالي رقم (١) يبين جميع معاملات الارتباط ودلالتها الإحصائية.

(٧٧) د/سليمان العيد، د/حسن كامل، د/شحتة عبد العزيز، د/أبو بكر كافي، د/فتح الدين البيانوني.

جدول (١) معاملات ارتباط العبارات بالدرجات الكلية بعد حذف درجة العبارة من الدرجة الكلية لكل محور فرعي من محاور الاستبانة:

المحور الأول «الاتجاهات حول تغطية الصحف السعودية للأخبار المتعلقة بالهيئة»		المحور الثاني «تأثير التغطية الإعلامية لأعمال الهيئة على الصورة الذهنية لدى أفراد المجتمع السعودي تجاه الهيئة»		المحور الثالث «تقييم التغطية الإعلامية لأعمال الهيئة بصورة عامة»	
رقم العبارة	معامل الارتباط العبارة بالدرجة الكلية للبعد بعد حذف درجة العبارة من البعد	رقم العبارة	معامل الارتباط العبارة بالدرجة الكلية للبعد بعد حذف درجة العبارة من البعد	رقم العبارة	معامل الارتباط العبارة بالدرجة الكلية للبعد بعد حذف درجة العبارة من البعد
١	××٠,٥٤٢	١	×٠,١٠٠	١	××٠,٦٩٣
٢	××٠,٤٣٨	٢	×٠,١٥٨	٢	××٠,٥٨٩
٣	××٠,٥٢٩	٣	××٠,٣٧٥	٣	××٠,٥٤٩
٤	××٠,٤٧٨	٤	×٠,٢٨٤	٤	-٠,١٢٧
٥	××٠,٥١٨	٥	×٠,١٠٠	٥	×٠,٢٢٧
٦	××٠,٤٩٧	٦	×٠,٢٠٨	٦	××٠,٥٣٦
٧	٠,٠٢٤	٧	××٠,٤١٤	٧	×٠,٢٧٥
٨	××٠,٤٦٩	٨	×٠,٢٩٤	٨	××٠,٤٤٠
٩	××٠,٤٢٠	٩	××٠,٤٢٢	٩	××٠,٤٣١
١٠	××٠,٥٧٥	١٠	×٠,١٨٨	١٠	××٠,٧٠٩
١١	××٠,٤٤٢			١١	××٠,٦٤٩
١٢	×٠,٣١٠			١٢	××٠,٦٩٧
١٣	××٠,٣٦٤			١٣	××٠,٥٨٥
١٤	×٠,١٥٩			١٤	××٠,٦٢٧
١٥	××٠,٥٦٤			١٥	-٠,٢٢٠
				١٦	××٠,٦٣٨

(×) دال عند مستوى ٠,٠٥

(××) دال عند مستوى٠,٠١

ثبات العبارات:

حسب ثبات العبارات باستخدام معامل ألفا بعدد عبارات كل مقياس على حده وذلك في حالة حذف درجة العبارة من الدرجة الكلية للمقياس الذي تقيسه العبارة، فوجد أن معاملات ألفا لأي عبارة أقل من معامل ألفا العام للمقياس الذي تنتمي إليه العبارة ككل ماعدا العبارة رقم (٧) بالمحور الأول فقد جاء معامل ثبات ألفا بالنسبة لها أكبر من معامل ثبات ألفا للمقياس الفرعي الذي تنتمي إليه وكذلك الأمر بالنسبة للعبارتين رقمي (٤،١٥) بالمحور الثالث (انظر الجدول رقم (٢) وعلى ذلك سيتم حذف العبارات الثلاث عند التطبيق على العينة النهائية وهذا يدعم التحليل السابق المرتبط بصدق العبارات المشار إليه في الفقرة السابقة، أما باقي عبارات الاستبانة فإن تدخل العبارة لا يؤدي إلى خفض معامل ثبات ألفا العام للمقياس الذي تنتمي إليه العبارة، أي أن جميع العبارات ثابتة. ويوضح الجدول رقم (٢) جميع معاملات الثبات لعبارات المقاييس الفرعية للاستبانة.

جدول (٢) معاملات ثبات ألفا (α) لعبارات المقاييس المرتبطة بالعوامل المؤدية إلى مشكلة إركاب الفتيات ومعامل ثبات ألفا (α) لكل مقياس ككل:

المحور الأول «الاتجاهات حول تغطية الصحف السعودية للأخبار المتعلقة بالهيئة»		المحور الثاني «تأثير التغطية الإعلامية لأعمال الهيئة على الصورة الذهنية لدى أفراد المجتمع السعودي تجاه الهيئة»		المحور الثالث «تقييم التغطية الإعلامية لأعمال الهيئة بصورة عامة»	
رقم العبارة	معامل ألفا بعد حذف درجة المفردة	رقم العبارة	معامل ألفا بعد حذف درجة المفردة	رقم العبارة	معامل ألفا بعد حذف درجة المفردة
١	٠,٧٨٩	١	٠,٥٦٢	١	٠,٨١١
٢	٠,٧٩٧	٢	٠,٥٦٣	٢	٠,٨١٩
٣	٠,٧٩٢	٣	٠,٥٠٨	٣	٠,٨٢١
٤	٠,٧٩٤	٤	٠,٥٢٨	٤	٠,٨٥٧
٥	٠,٧٩١	٥	٠,٥٦٣	٥	٠,٨٣٥
٦	٠,٧٩٢	٦	٠,٥٤٩	٦	٠,٨٢١
٧	٠,٨٢٥	٧	٠,٤٩١	٧	٠,٨٣٥
٨	٠,٧٩٤	٨	٠,٥٢٦	٨	٠,٨٢٨
٩	٠,٧٩٨	٩	٠,٤٩١	٩	٠,٨٢٨
١٠	٠,٧٨٧	١٠	٠,٥٥٥	١٠	٠,٨١٠
١١	٠,٧٩٦			١١	٠,٨١٤
١٢	٠,٨٠٥			١٢	٠,٨١١
١٣	٠,٨٠٢			١٣	٠,٨٢٠
١٤	٠,٨٠٥			١٤	٠,٨١٦
١٥	٠,٧٨٦			١٥	٠,٨٦٢
				١٦	٠,٨١٥
معامل ألفا للمقياس ككل = ٠,٨٠٩		معامل ألفا للمقياس ككل = ٠,٥٦٤		معامل ألفا للمقياس ككل = ٠,٨٣٦	

الاتساق الداخلي :

تم حساب الاتساق الداخلي للمقاييس الفرعية الثلاثة للاستبانة من خلال حساب معامل الارتباط بين درجات أفراد العينة الاستطلاعية على كل عبارة ودرجاتهم الكلية على المقياس الذي تقيسه العبارة، فوجد أن جميع معاملات الارتباط دالة إحصائياً عند مستوى ٠,٠١ أو مستوى ٠,٠٥ ماعدا العبارات أرقام ٧ ، ٤ ، ١٥ بالمحورين الأول والثالث حيث لم تبلغ معاملات الارتباط مستويي الدلالة الإحصائية ٠,٠٥ أو ٠,٠١ والجدول رقم (٣) يبين قيم معاملات ارتباط كل مفرده بالدرجة الكلية وذلك في حالة كل مقياس من المقاييس الثلاثة.

جدول (٣) معاملات ارتباط العبارة بالدرجة الكلية ودلالتها الإحصائية لكل مقياس من المقاييس الستة:

المحور الأول «الاتجاهات حول تغطية الصحف السعودية للأخبار المتعلقة بالهيئة»		المحور الثاني « تأثير التغطية الإعلامية لأعمال الهيئة على الصورة الذهنية لدى أفراد المجتمع السعودي تجاه الهيئة »		المحور الثالث» تقييم التغطية الإعلامية لأعمال الهيئة بصورة عامة »	
رقم العبارة	معامل ارتباط العبارة بالدرجة الكلية للمقياس الذي تنتمي إليه	رقم العبارة	معامل ارتباط العبارة بالدرجة الكلية للمقياس الذي تنتمي إليه	رقم العبارة	معامل ارتباط العبارة بالدرجة الكلية للمقياس الذي تنتمي إليه
١	××٠,٦٢٩	١	××٠,٣٠٣	١	××٠,٧٥٤
٢	××٠,٥٤٦	٢	××٠,٣٩٩	٢	.××٠٦٥٧
٣	××٠,٦٠٤	٣	××٠,٥٣٩	٣	××٠,٦٢٤
٤	××٠,٥٧٩	٤	××٠,٤٩٥	٤	-٠,٠١٤
٥	××٠,٦١١	٥	.××٠٢٨٥	٥	××٠,٣٤٤
٦	××٠,٥٩٢	٦	××٠,٤٠٩	٦	××٠,٦١٨
٧	٠,٠٩٢	٧	××٠,٥٩٦	٧	××٠,٣٨٤
٨	××٠,٥٦٦	٨	××٠,٤٨٨	٨	××٠,٥٠٩
٩	××٠,٥١٧	٩	××٠,٥٩٢	٩	××٠,٥١٩
١٠	××٠,٦٥٨	١٠	××٠,٤٠٣	١٠	××٠,٧٧٠
١١	××٠,٥٤٢			١١	××٠,٧١٧
١٢	.××٠٤١٣			١٢	××٠,٧٥٧
١٣	××٠,٤٦٧			١٣	××٠,٦٥٠
١٤	××٠,٢٨٢			١٤	××٠,٦٩٦
١٥	××٠,٦٥٩			١٥	-٠,١٠٧
				١٦	××٠,٧١٠

(×) دال عند مستوى ٠,٠٥

(××) دال عند مستوى٠,٠١



ثبات المقاييس الفرعية الثلاثة للاستبانة:

تم حساب ثبات المقاييس الفرعية الثلاثة بواسطة حساب معاملات ثبات ألفا وكذلك معاملات ثبات التجزئة النصفية لجتمان، لكل مقياس على حده فكانت قيم معاملات الثبات كما هي مبينة بالجدول رقم (٤).

جدول (٤) قيم معاملات الثبات ألفا وثبات التجزئة النصفية لجتمان للمقاييس الفرعية الستة

المقياس	ثبات ألفا α	ثبات التجزئة النصفية لجتمان	ثبات التجزئة النصفية لسبيرمان-براون
المحور الأول «الاتجاهات حول تغطية الصحف السعودية للأخبار المتعلقة بالهيئة»	٠,٨٠٩	٠,٧٧٨	٠,٧٨٣
المحور الثاني «تأثير التغطية الإعلامية لأعمال الهيئة على الصورة الذهنية لدى أفراد المجتمع السعودي تجاه الهيئة»	٠,٥٦٤	٠,٥٦٢	٠,٥٦٣
المحور الثالث «تقييم التغطية الإعلامية لأعمال الهيئة بصورة عامة»	٠,٨٣٦	٠,٨١٤	٠,٨٢٥

ومن هنا تحقق الباحثون من صدق وثبات المقاييس الفرعية الثلاثة للاستبانة والمستخدمة في الكشف عن العوامل المؤدية إلى مشكلة الإركاب المحرم للفتيات والتي تحقق الهدف الرئيس لهذه الدراسة.



ويوضح الملحق رقم (٣) يبين استبانة «اتجاهات الصحف في تغطية الأخبار المتعلقة بأعمال هيئة الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر «في صورتها النهائية بعد حذف العبارات الثلاثة غير الدالة إحصائيا وفقا لنتائج الدراسة الاستطلاعية للاستبانة ليصبح عددها (٣٨) عبارة جاهزة للتطبيق على العينة النهائية للدراسة وذلك بعد حذف ثلاث عبارات غير صالحة للاستبانة.

والملحق رقم (١) يبين الصورة النهائية لاستبانة «اتجاهات الصحف في تغطية الأخبار المتعلقة بأعمال هيئة الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر «

الإجراءات:

١. بعد تقنين أداة الدراسة على عينة الدراسة الاستطلاعية تم تطبيقها على عينة الدراسة الميدانية وتم إدخال البيانات على الحاسب الآلي لتحليلها إحصائياً للتحقق من تساؤلات الدراسة.

٢. كذلك تم إدخال البيانات الأولية الخاصة بالعمر والمنطقة ونوع العمل وعدد مرات المداومة على قراءة الصحف ونوع الصحيفة المقروءة وكذلك وسيلة متابعة الصحيفة لكل مشارك في العينة النهائية للدراسة وقد تم إدخالها للحاسب الآلي بواسطة البرنامج الإحصائي SPSS وذلك من أجل إجراء التحليلات الإحصائية والتوصل لإجابات على تساؤلات الدراسة.

٣. بناءً على تساؤلات الدراسة تم استخدام الأساليب الإحصائية التالية لاختبار صحة التساؤلات:

أ. المتوسطات والانحرافات المعيارية ، والمتوسطات العامة أو الوزنية لمحاور الاستبانة.

ب. اختبار (ت) T test لبيان دلالة فروق المتوسطات بين المتغيرات المختلفة للبحث.

ج. تحليل التباين الأحادي ANOVA.

د. اختبار توكيTUKEY للمقارنات البعدية المتعددة.

(ب) تحليل مضمون الاستبانة :

أولا : تساؤلات الدراسة: ويمكن تلخيص تساؤلات الدراسة في محاولة الإجابة عن التساؤلات الآتية:

١. ما أهم الاتجاهات حول تغطية الصحف السعودية للأخبار المتعلقة بالهيئة من وجهة نظر طلاب وطالبات جامعتي الملك سعود والملك عبد العزيز ؟.

٢. هل توجد فروق دالة إحصائياً بين عينة البحث في إجاباتهم حول محاور الاستبانة المتعلقة بالتغطية الصحفية حول أعمال هيئة الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر؟.

٣. هل توجد فروق دالة إحصائياً بين اتجاهات أفراد عينة البحث تجاه محاور الاستبانة المتعلقة بالتغطية الصحفية لأعمال هيئة الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر وفقاً لعدد مرات المداومة على قراءة الصحف؟.

٤. هل توجد فروق دالة إحصائياً بين اتجاهات أفراد عينة البحث تجاه محاور الاستبانة المتعلقة بالتغطية الصحفية لأعمال هيئة الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر وفقاً لنوع الصحيفة التي يقرأها أفراد العينة؟.

٥. هل توجد فروق دالة إحصائياً بين اتجاهات أفراد عينة البحث تجاه محاور الاستبانة المتعلقة بالتغطية الصحفية لأعمال هيئة الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر وفقاً لوسيلة متابعة الصحيفة (الصحيفة الورقية، الصحيفة الإلكترونية)؟.

ثانيا : تحليل المضمون: يتم التوصل إلى نتائج الدراسة في ضوء التساؤلات المتعلقة بمشكلتها من خلال إجراء التحليلات والمعالجات الإحصائية للبيانات التي حصل عليها الفريق البحثي من خلال التطبيق على عينة الدراسة كما يأتي:

السؤال الأول:

ما أهم الاتجاهات حول تغطية الصحف السعودية للأخبار المتعلقة بالهيئة من وجهة نظر طلاب وطالبات جامعتي الملك سعود والملك عبد العزيز؟.

وللإجابة عن هذا السؤال :فقد استخدم المتوسط الحسابي والانحراف المعياري للتعرف على هذه الاتجاهات تبعاً لإجابات الطلاب على فقرات الاستبانة المتعلقة بهذا المحور.

أ- **العامل الأول**: (الاتجاهات حول تغطية الصحف السعودية للأخبار المتعلقة بالهيئة)

تشير بيانات الجدول التالي رقم (٥) إلى استجابات عينة الدراسة على عبارات العامل الأول من خلال بيان المتوسط والانحراف المعياري لإجابات عينة الدراسة.

جدول رقم (٥) المتوسط والانحراف المعياري لإجابات أفراد العينة على فقرات المحور الأول (الاتجاهات حول تغطية الصحف السعودية للأخبار المتعلقة بالهيئة) (ن= ٢٣٢)

م	الفقـــــــرة	المتوسط	الانحراف المعيـــاري
١	يغيب عن التغطية الإعلامية الجوانب الإيجابية لأعمال الهيئة.	٢,٢٢	١,٠٤
٢	تتناسب التغطية الإعلامية لأعمال الهيئة مع الجهد المبذول في الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر لأمن وسلامة وصلاح المجتمع.	٣,٠٧	١,١٤
٣	تتحقق التغطية الإعلامية المتوازنة للأخبار المتعلقة بأعمال وجهود الهيئة.	٣,٠٧	٠,٩٧
٤	أشعر بالعدالة والموضوعية والإنصاف في الموضوعات الصحفية المرتبطة بأعمال الهيئة.	٢,٧٥	١,١١
٥	تركز التغطية الإعلامية على الجوانب السلبية دون الإيجابية المتعلقة بالعمل الميداني لرجال الحسبة.	٢,٥٩	٣,٠٤
٦	تتسم التغطية الإعلامية بالشفافية والوضوح.	٢,٨١	١,١٥
٧	اعترض على بعض التغطية الإعلامية المتعلقة بأعمال الهيئة.	٢,٤٩	١,٠٧
٨	يغيب عن التغطية الإعلامية المنشورة لأعمال الهيئة بعض المهام والجهود التي تقدمها الهيئة.	٢,٢٥	٠,٩٨
٩	تفتقر التغطية الإعلامية لأعمال الهيئة إلى المصداقية.	٢,٣٩	١,١٠
١٠	أرى عدم الحيادية في التصريحات الصحفية من قبل كتاب الصحف عن أعمال وجهود الهيئة.	٢,١٩	٠,٩٨
١١	تصور الصحف وجهة نظر أحادية حول عمل هيئة الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر.	٢,٥٠	١,٠٦
١٢	تركز الصحف في عرضها لموضوعات الهيئة على جوانب انتقائية فقط.	٢,٣٢	١,٠٨
١٣	اقتنع بالمادة الإعلامية الصحفية من حيث موضوعيتها وصدقها أوصراحتها في عرض الخبر الإعلامي.	٣,٠٣	١,١٩
١٤	أشعر بالرضا عن التغطية الإعلامية لأعمال هيئة الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر.	٢,٦٦	١,٢٢
	الدرجة الكلية للمحور	٣٦,٣٣	٨,٦٧

ب- تأثير التغطية الإعلامية لأعمال الهيئة على الصورة الذهنية لدى أفراد المجتمع تجاه الهيئة:

تابع جدول (٥)

م	الفقرة	المتوسط	الانحراف المعياري
١	أتأثر بالمادة الإعلامية التي تعرضها الصحافة عن الهيئة.	٢,٦٤	١,١٧
٢	تتكون لدى مشاعر أونظرة سلبية عن الهيئة بسبب المادة الإعلامية المنشورة بالصحف عنها .	٢,٧٨	١,٢٨
٣	أنظر إلى الأخبار المتعلقة عن الهيئة نظرة تحليلية فاحصة ولا أتأثر بها.	٣,٤٠	١,٠٦
٤	لا أبالي بالمقروء أوالمكتوب بالصحافة السعودية حول القضايا المثارة عن الهيئة.	٣,١٦	١,٢٧
٥	أتعاطف مع رجال الهيئة بسبب المادة الإعلامية المنشورة عن أدائهم.	٣,٥٦	١,١٢
٦	أشعر بأن الصحف تغطي الأخبار المتعلقة بالهيئة بصورة سلبية.	٢,٣٥	١,١٥
٧	أشعر بأن الصحف تغطي الأخبار المتعلقة بالهيئة بصورة إيجابية.	٢,٥٩	١,١٨
٨	أرى أن الصحف تغطي الأخبار المتعلقة بالهيئة بصورة متوازنة تتسم بالحيادية والموضوعية.	٢,٦٧	١,١٢
٩	أرى أن الصحف تغطي الأخبار المتعلقة بالهيئة بصورة متعاطفة معها.	٢,٥٨	١,١٧
١٠	تتغير مشاعري نحوالإيجابية بسبب التغطية الإعلامية لأعمال هيئة الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر.	٣,٢٨	١,١٦
	الدرجة الكلية للمحور	٢٩,٠١	٤,٦٨

ج- تقييم التغطية الإعلامية لأعمال الهيئة بصورة عامة.

تابع جدول رقم (٥)

م	الفقرة	المتوسط	الانحراف المعياري
١	تتوفر تغطية إعلامية شاملة لأعمال هيئة الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر.	٢,٧٥	١,٢١
٢	يعتبر ترتيب الموضوعات الإعلامية المتعلقة بالهيئة منطقياً.	٢,٨٠	٠,٩٨
٣	تغطي العناوين الرئيسة بالصحف والمنشورة عن الهيئة الأحداث الواقعية.	٢,٩٧	١,٠٨
٤	تبدو اللقطات والصور المعروضة بالصحف عن أعمال الهيئة مبالغ فيها.	٢,٧٠	١,١٩
٥	تتحقق الصحافة السعودية من الأخبار المتعلقة بالهيئة من خلال شاهد عيان	٣,٠١	١,١٢
٦	تبدو المقالات المنشورة بالصحف عن طبيعة عمل الهيئة متحيزة ضدها.	٢,٤٤	١,١١
٧	يعتبر التحليل اليومي للأخبار المتعلقة بالهيئة موضوعياً.	٣,٠٠	٠,٩٣
٨	تتابع الصحافة السعودية الأحداث المرتبطة بعمل الهيئة من خلال صحفيين ينتمون إليها.	٣,٠٧	١,٠٨
٩	تبدو التغطية الإعلامية الميدانية لرجال الهيئة منصفة.	٢,٨٥	١,١٧
١٠	تراعي التغطية الإعلامية لأعمال الهيئة الشمولية وتفصيل الأحداث.	٢,٨٨	١,١٣
١١	تتثبت الصحافة السعودية من موضوعاتها الإخبارية عن الهيئة قبل نشرها.	٢,٧٧	١,١٥
١٢	تبني الصحافة السعودية ما تنشره بالصحف على أساس مصادر متنوعة.	٣,١١	١,٠٥
١٣	تتجلى مدى عدالة وموضوعية التغطية الإعلامية لأعمال الهيئة	٢,٩١	١,٠٥
١٤	تتحقق التغطية الصحفية لأعمال الهيئة بدرجة مرضية.	٢,٧٤	١,٠٩
	الدرجة الكلية للمحور	٤٠,٠٠	٨,٨٠

ومن بيانات جدول رقم (٥) الذي يوضح المتوسط والانحراف المعياري لإجابات أفراد العينة عن فقرات المحور الأول الذي يتعلق بالاتجاهات حول تغطية الصحف السعودية للأخبار المتعلقة بالهيئة نجد أن غالبية متوسطات الفقرات تملك تقديرا متوسطاً أو قريب من المتوسط وليست هناك قيماً مرتفعة لأي متوسط من متوسطات الفقرات وأن هناك ثلاث فقرات متوسطها أقل من متوسط التقدير حول الفقرة أي أقل من ٢,٥ بنسبة حوالي ٢٥٪ تقريباً مما يوحي بضعف الاتجاهات الإيجابية لدى أفراد العينة حول تغطية الصحف السعودية للأخبار المتعلقة بالهيئة ؛ وبصورة عامة أكبر الفقرات من حيث المتوسط بالنسبة للمحور الأول (الاتجاهات حول تغطية الصحف السعودية للأخبار المتعلقة بالهيئة) هي الفقرات أرقام ٢ ، ٣ ، ١٣ حيث بلغت قيم المتوسطات على الترتيب ٣,٠٧ ، ٣٠٧، ٣,٠٣ ،؛ أما الفقرات الأقل تأثيرا في هذا المحور هي الفقرات أرقام ١٠،١ ،٨ حيث بلغت قيم المتوسطات على الترتيب ٢,١٩ ،٢,٢٢ ،٢,٢٥ (انظر أرقام الفقرات بالجدول السابق رقم ٥ – المحور الأول) مما يشير إلى أن اتجاهات أفراد العينة حول الصحف السعودية في تغطية الأخبار المتعلقة بالهيئة لم تكن إيجابية بدرجة كافية فهي أقرب إلى الصورة المتوسطة وفي بعضها يميل إلى الصورة السلبية مما يوحي بأهمية تضافر الجهود بين الهيئة والصحافة لتوضيح الصورة الحقيقية من أجل تشكيل الاتجاهات الإيجابية لدى الأفراد عن الهيئة لإبراز دورها الريادي في أمن وصلاح المجتمع في شتى المجالات.

أما بالنسبة للمحور الثاني بالجدول رقم ٥ وهو:- تأثير التغطية الصحفية لأعمال الهيئة على الصورة الذهنية لدى أفراد المجتمع تجاهها، فقد بلغ متوسط فقرات هذا المحور أكبر من متوسطات المحور الأول السابق مما يوحي بالدور الهام للتغطية الصحفية لأعمال هيئة الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر في الصحافة السعودية وأثرها على الصورة الذهنية لأفراد المجتمع عن الهيئة وقد جاء أكثر الفقرات تأثيراً في هذا المحور هي الفقرات أرقام : ٥ ،٣ ،١٠ حيث بلغت قيم المتوسطات على الترتيب : ٣,٥٦ ،٣,٤٠ ،٣,٢٨ وهي قيم أعلى من قيم المتوسطات السابقة بالمحور الأول ؛ أما الفقرات الأقل تأثيرا في هذا المحور هي

الفقرات أرقام ٦، ٩، ٧ حيث بلغت قيم المتوسطات على الترتيب ٢,٣٥، ٢,٥٨، ٢,٥٩، (انظر أرقام الفقرات بالجدول السابق رقم ٥ – المحور الثاني).

وبالنظر إلى فقرات المحور الثالث بالجدول رقم ٥ وهو: تقييم التغطية الإعلامية لأعمال الهيئة بصورة عامة ، فقد بلغ متوسط فقرات هذا المحور أكبر من متوسطات المحور الأول السابق أيضاً مما يشير إلى أهمية فقرات محور تقييم التغطية الصحفية لأعمال الهيئة بصورة عامة من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة ؛ ومن ثم ينبغي مراعاة هذه النقاط وموضوعات التقييم وأن تحرص الصحافة السعودية سواء أكانت ورقية أو إلكترونية على اعتبار هذه النقاط التقييمية عند تقديمها أي موضوع عن الهيئة والتحقق منه بصورة موضوعية قبل نشره أو طرحه للجمهور، وكانت أبرز الفقرات تأثيراً في هذا المحور هي الفقرات أرقام : ١٢، ٨ ، ٥ حيث بلغت قيم المتوسطات على الترتيب : ٣,١١ ، ٣,٠٧، ٣,٠١، أما الفقرات الأقل تأثيرا في هذا المحور هي الفقرات أرقام : ٦ ، ٤، ١٤ حيث بلغت قيم المتوسطات على الترتيب : ٢,٤٤ ، ٢,٧٠، ٢,٧٤ (أنظر أرقام الفقرات بالجدول السابق رقم ٥ – المحور الثالث).

ويشير الجدول رقم (٦) إلى متوسط المتوسطات أو المتوسطات العامة لاستجابات أفراد العينة على محاور الاستبانة.

جدول (٦) المتوسط العام أو متوسط المتوسطات أو المتوسطات العامة لاستجابات أفراد العينة على محاور الاستبانة والانحراف المعياري .

المحـــــــــــاور	العينة الكلية (ن= ٢٣٢)	
	المتوســـط	الانحـــراف المعـــياري
المحور الأول «الاتجاهات حول تغطية الصحف السعودية للأخبار المتعلقة بالهيئة»	٢,٦٤	٠,٤٢
المحور الثاني «تأثير التغطية الإعلامية لأعمال الهيئة على الصورة الذهنية لدى أفراد المجتمع السعودي تجاه الهيئة»	٢,٩٠	٠,٤١
المحور الثالث «تقييم التغطية الإعلامية لأعمال الهيئة بصورة عامة»	٢,٨٦	٠,١٨

ومن هذا الجدول رقم (٦) يتضح اتفاق استجابات المفحوصين في عينة الدراسة على أن المحور الثاني " تأثير التغطية الصحفية لأعمال الهيئة على الصورة الذهنية لدى أفراد المجتمع السعودي تجاه الهيئة " هو أكثر المحاور بروزاً بالنسبة لمحاور الاستبانة حيث (م = ٢,٩٠)؛ يليه المحور الثالث" تقييم التغطية الصحفية لأعمال الهيئة بصورة عامة " (م = ٢,٨٦) ثم المحور الأول " الاتجاهات حول تغطية الصحف السعودية للأخبار المتعلقة بالهيئة " (م= ٢,٦٤) ورغم أن الفروق في قيم المتوسطات العامة ليست كبيرة إلا أنه يتبين أن تعرض أفراد الجمهور للتغطية الصحفية عن الهيئة قد يتسبب في تأثيرها على مدركاتهم وتصوراتهم وبالتالي موقفهم من هذا الجهاز المبارك والمهم من أجهزة الدولة.

السؤال الثاني: هل توجد فروق دالة إحصائياً بين عينة الدراسة في إجاباتهم حول محاور الاستبانة المتعلقة بالتغطية الصحفية حول أعمال هيئة الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر؟ .

وللإجابة عن هذا السؤال فقد تم استخدام اختبار (ت) للتعرف على دلالة الفروق بين عينة البحث في إجاباتهم حول محاور الاستبانة المتعلقة بالتغطية الصحفية حول أعمال هيئة الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر، والجدول التالي رقم (٧) يوضح قيمة (ت) للكشف عن دلالة هذه الفروق بين المتوسطات .

جدول (٧) قيمة «ت» لبيان فروق المتوسطات بين عينة البحث في إجاباتهم حول محاور الاستبانة المتعلقة بالتغطية الصحفية حول أعمال هيئة الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر.

محاور الاستبانة	المجموعة	ن	م	ع	د.ح	قيمة «ت»	مستوى الدلالة
المحور الأول «الاتجاهات حول تغطية الصحف السعودية للأخبار المتعلقة بالهيئة»	طلاب جامعة الملك سعود	١٥٧	٣٦,٣١	٧,٨٣	٢٣٠	٠,٠٦٦-	٠,٩٤٧
	طلاب جامعة الملك عبدالعزيز	٧٥	٣٦,٣٩	١٠,٢٧			
المحور الثاني «تأثير التغطية الإعلامية لأعمال الهيئة على الصورة الذهنية لدى أفراد المجتمع السعودي تجاه الهيئة»	طلاب جامعة الملك سعود	١٥٧	٢٩,٢٠	٤,٧٢	٢٣٠	٠,٨٦٩	٠,٣٨٦
	طلاب جامعة الملك عبدالعزيز	٧٥	٢٨,٦٣	٤,٦٠			
المحور الثالث «تقييم التغطية الإعلامية لأعمال الهيئة بصورة عامة»	طلاب جامعة الملك سعود	١٥٧	٤٠,٤١	٩,٤٢	٢٣٠	١,٠٢١	٠,٣٠٨
	طلاب جامعة الملك عبدالعزيز	٧٥	٣٩,١٥	٧,٣١			

ويشير التحليل الإحصائي من خلال النتائج المعروضة بالجدول السابق رقم (٧) إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين عينة البحث في إجاباتهم حول محاور الاستبانة المتعلقة بالتغطية الصحفية حول أعمال هيئة الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر؛ ويوضح التحليل الإحصائي إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين عينة البحث في إجاباتهم حول محاور الاستبانة المتعلقة بالتغطية الصحفية حول أعمال هيئة الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر؛ وعلى ذلك فيتضح أن وجهات نظر عينة البحث تتفق مع وجهات تجاه هذه المحاور المرتبطة بالاتجاهات حول التغطية الصحفية لأعمال هيئة الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر وتأثيرها على الصورة الذهنية لأفراد المجتمع حيث جاء متوسط إجابات

العينة حول محاور الاستبانة متشابهة بدرجة كبيرة مما يشير إلى اتفاق عينة الدراسة حول هذه الاتجاهات والنقاط التقييمية لأعمال الهيئة بصورة عامة وقد تبين ذلك من خلال العرض والمناقشة الذي تم سرده بمناقشة السؤال الأول.

السؤال الثالث: هل توجد فروق دالة إحصائياً بين اتجاهات أفراد عينة البحث تجاه محاور الاستبانة المتعلقة بالتغطية الصحفية لأعمال هيئة الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر وفقاً لعدد مرات المداومة على قراءة الصحف؟.

وللإجابة عن هذا السؤال فقد تم استخدام تحليل التباين الأحادي (ANOVA) وقيمة «ف» ودلالتها الإحصائية وفقاً لإجابات العينة والجدول التالي رقم (٨) يبين نتائج هذا التحليل.

المحور	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة «ف»	مستوى الدلالة
المحور الأول « الاتجاهات حول تغطية الصحف السعودية للأخبار المتعلقة بالهيئة «	بين المجموعات	٦١٨,٤٣	٣	٢٠٦,١٤	٢,٨٠٥	٠,٠٤
	داخل المجموعات	١٦٧٥٣,٠٢	٢٢٨	٧٣,٤٨		
	المجموع	١٧٣٧١,٤٤	٢٣١			
المحور الثاني " تأثير التغطية الإعلامية لأعمال الهيئة على الصورة الذهنية لدى أفراد المجتمع السعودي تجاه الهيئة "	بين المجموعات	١١٥,٧١	٣	٣٨,٥٧	١,٧٨٣	٠,١٥
	داخل المجموعات	٤٩٣٣,٢٥	٢٢٨	٢١,٦٤		
	المجموع	٥٠٤٨,٩٦	٢٣١			
المحور الثالث« تقييم التغطية الإعلامية لأعمال الهيئة بصورة عامة	بين المجموعات	٣٥٧,٣٩	٣	١١٩,١٣	١,٥٥٠	٠,٢٠
	داخل المجموعات	١٧٥٢٨,٦١	٢٢٨	٧٦,٨٨		
	المجموع	١٧٨٨٦,٠٠	٢٣١			




ومن الجدول السابق يتضح أن قيم "ف" غير دالة إحصائياً بالنسبة لجميع محاور الاستبانة ما عدا محوراً واحداً فقط وهو المحور الأول "الاتجاهات حول تغطية الصحف السعودية للأخبار المتعلقة بالهيئة"؛ حيث كان هذا المحور دالاً إحصائياً عند مستوى أكبر من ٠,٠٥، ولهذا فقد تم استخدام اختبار توكي (tukey) للمقارنات البعدية المتعددة للكشف عن دلالة فروق المتوسطات بالنسبة لهذا المحور، وفيما يأتي بيان ذلك:

جدول (٩) يبين العدد والمتوسط والانحراف المعياري بالنسبة لعينة الدراسة وفقاً للمحور الأول "الاتجاهات حول تغطية الصحف السعودية للأخبار المتعلقة بالهيئة".

البيان (عدد المداومة على قراءة الصحف)	العـــدد	المتوســط	الانحراف المعياري
يوميـــــاً	١٠٢	٣٥,٤٦	٩,٥٢
مرة واحدة كل أسبوع	٨٠	٣٦,٦٣	٧,٥٨
مرة واحدة كل شهر	٣٩	٣٩,٢٣	٧,٨٣
لا أقرأ الصحف مطلقاً	١١	٣٢,٠٠	٨,٥٣
المجمـــوع الكلـي	٢٣٢	٣٦,٣٣	٨,٦٧

والجدول التالي رقم (١٠) يبين نتائج اختبار توكي (tukey) للمقارنات البعدية المتعددة لعينة الدراسة بالنسبة للمحور الأول "الاتجاهات حول تغطية الصحف السعودية للأخبار المتعلقة بالهيئة" الذي بلغ مستوى الدلالة الإحصائية ٠,٠٥.

جدول (١٠) نتائج اختبار توكي (tukey) للمقارنات البعدية المتعددة لعينة الدراسة بالنسبة للمحور الأول "الاتجاهات حول تغطية الصحف السعودية للأخبار المتعلقة بالهيئة" الدال إحصائياً باستخدام تحليل التباين الأحادي (ANOVA).

البيان (عدد مرات المداومة على قراءة الصحف)	الفرق بين المتوسطات	مستوى الدلالة الإحصائية
قراءة الصحف يومياً – قراءة الصحف مرة واحدة أسبوعياً	١,١٦٤-	٠,٨٠
قراءة الصحف يوميا – قراءة الصحف مرة واحدة شهرياً	٣,٧٧٠-	٠,٠٩
قراءة الصحف يوميا – لا أقرأ الصحف مطلقاً	٣,٤٦١	٠,٥٨
قراءة الصحف مرة واحدة أسبوعياً – قراءة الصحف مرة واحدة شهرياً	٢,٦٠٦-	٠,٤١
قراءة الصحف مرة واحدة أسبوعياً – لا أقرأ الصحف مطلقاً	٤,٦٢٥	٠,٣٤
قراءة الصحف مرة واحدة شهرياً - لا أقرأ الصحف مطلقاً	٧,٢٣١	×٠,٠٥

× دال عند مستوى ٠,٠٥

ويتضح من الجدول السابق رقم (١٠) أن هناك فروقاً دالة إحصائياً عند مستوى ٠,٠٥ بين أفراد عينة الدراسة تجاه المحور الأول المتعلق بالاتجاهات حول تغطية الصحف السعودية للأخبار المتعلقة بالهيئة «الدال إحصائياً باستخدام تحليل التباين الأحادي، وفقاً لعدد مرات المداومة على قراءة الصحف بالتغطية الصحفية لأعمال هيئة الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر (قراءة الصحف مرة واحدة شهرياً – لا أقرأ الصحف مطلقاً) أما باقي بيان دلالة الفروق بين المتغيرات فلم تتضح هذه الدلالة الإحصائية وهذا يتضح بشكل جلي في الجدول السابق رقم ١٠؛ وهذا يبين أن الأفراد الذين يقرؤون الصحف مرة واحدة شهرياً يكون لديهم إلمام ضعيف عن المادة الصحفية المعروضة عن الهيئة فيتكون لديهم اتجاه إيجابي أكبر من الذين لا يقرؤون مطلقا ويبنون مشاعرهم الإيجابية على ما يسمعونه فقط من غيرهم الذين يتابعون بشكل يومي أو أسبوعي ويقفون بشكل شبه حقيقي عن صورة الهيئة المعروضة بالصحف السعودية .

السؤال الرابع: هل توجد فروق دالة إحصائياً بين اتجاهات أفراد عينة البحث تجاه محاور الاستبانة المتعلقة بالتغطية الصحفية لأعمال هيئة الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر وفقاً لنوع الصحيفة التي يقرأها أفراد العينة !.

وللإجابة عن هذا السؤال فقد تم استخدام تحليل التباين الأحادي (ANOVA) وقيمة «ف» ودلالتها الإحصائية لبيان دلالة الفروق في اتجاهات أفراد عينة البحث تجاه محاور الاستبانة المتعلقة بالتغطية الصحفية لأعمال هيئة الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر وفقاً لنوع الصحيفة التي يقرأها أفراد العينة والجدول التالي رقم (١١) يبين نتائج هذا التحليل.

جدول (١١) نتائج تحليل التباين الأحادي (ANOVA) وقيمة «ف» ودلالتها الإحصائية لبيان دلالة الفروق في الآراء حول محاور الاستبانة.

المتغير	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة «ف»	مستوى الدلالة
المحور الأول «الاتجاهات حول تغطية الصحف السعودية للأخبار المتعلقة بالهيئة»	بين المجموعات	٢٥٩,٧٤	٤	٦٤,٩٤	٠,٨٦١	٠,٤٨٨
	داخل المجموعات	١٧١١١,٤٠	٢٢٧	٧٥,٣٨		
	المجموع	١٧٣٧١,٤٤	٢٣١			
المحور الثاني «تأثير التغطية الإعلامية لأعمال الهيئة على الصورة الذهنية لدى أفراد المجتمع السعودي تجاه الهيئة»	بين المجموعات	٥١,٥٧	٤	١٢,٨٩	٠,٥٨٦	٠,٦٧٣
	داخل المجموعات	٤٩٩٧,٣٩	٢٢٧	٢٢,٠٢		
	المجموع	٥٠٤٨,٩٦	٢٣١			
المحور الثالث «تقييم التغطية الإعلامية لأعمال الهيئة بصورة عامة»	بين المجموعات	٣٤١,٨٤	٤	٨٥,٤٦	١,١١	٠,٣٥٥
	داخل المجموعات	١٧٥٤٤,١٦	٢٢٧	٧٧,٢٩		
	المجموع	١٧٨٨٦,٠٠	٢٣١			

ويشير التحليل الإحصائي من خلال جدول رقم (١١) إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات أفراد عينة البحث تجاه محاور الاستبانة المتعلقة بالتغطية الصحفية لأعمال هيئة الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر وفقاً لنوع الصحيفة التي يقرأها أفراد العينة حيث لم يبلغ مستوى الدلالة الإحصائية ٠,٠١ أو ٠,٠٥ بالنسبة لجميع محاور الاستبانة أي أن نوع الصحيفة لا يؤثر على اتجاهات الأفراد ولا يؤثر في الصورة الذهنية المتكونة لديهم عن الهيئة أو نقاط وموضوعات التقييم التي تحرص الصحافة السعودية على تقديمها عن الهيئة مما يشير إلى اتفاق الصحف السعودية حول تقديم الموضوعات المتعلقة بالهيئة ولديها نفس التوجهات عن طبيعة أعمال ومهام وأنشطة الهيئات؛ ومن ثم فلا يوجد أي تأثير لنوع الصحيفة المقروءة على أبعاد الاستبانة المقدمة للدراسة.

السؤال الخامس: هل توجد فروق دالة إحصائياً بين اتجاهات أفراد عينة البحث تجاه محاور الاستبانة المتعلقة بالتغطية الصحفية لأعمال هيئة الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر وفقاً لوسيلة متابعة الصحيفة (الصحيفة الورقية، الصحيفة الإلكترونية)؟.

وللإجابة عن هذا السؤال فقد تم استخدام اختبار (ت) للتعرف على الفروق بين اتجاهات أفراد عينة البحث تجاه محاور الاستبانة المتعلقة بالتغطية الصحفية لأعمال هيئة الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر وفقاً لوسيلة متابعة الصحيفة (الصحيفة الورقية ، الصحيفة الإلكترونية)، والجدول التالي رقم (١٢) يوضح قيمة (ت) للكشف عن فروق المتوسطات بين اتجاهات أفراد عينة البحث تجاه محاور الاستبانة المتعلقة بالتغطية الصحفية لأعمال هيئة الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر وفقاً لوسيلة متابعة الصحيفة (الصحيفة الورقية، الصحيفة الإلكترونية).

عوامل الإركاب المحرم	المجموعة	ن	م	ع	د.ح	قيمة «ت»	مستوى الدلالة
المحور الأول «الاتجاهات حول تغطية الصحف السعودية للأخبار المتعلقة بالهيئة»	مستخدمو الصحيفة الورقية	١٢٤	٣٦,٥٣	٨,٧٨	٢٢٩	٠,٤١٥	٠,٦٧٩
	مستخدمو الصحيفة الإلكترونية	١٠٧	٣٦,٠٦	٨,٦١			
المحور الثاني «تأثير التغطية الإعلامية لأعمال الهيئة على الصورة الذهنية لدى أفراد المجتمع السعودي تجاه الهيئة»	مستخدمو الصحيفة الورقية	١٢٤	٢٨,٧٧	٤,٦٨	٢٢٩	٠,٧٨٩-	٠,٤٣١
	مستخدمو الصحيفة الإلكترونية	١٠٧	٢٩,٢٦	٤,٧٠			
المحور الثالث «تقييم التغطية الإعلامية لأعمال الهيئة بصورة عامة»	مستخدمو الصحيفة الورقية	١٢٤	٤٠,٠٣	٩,٢١	٢٢٩	٠,١٦٥	٠,٨٦٩
	مستخدمو الصحيفة الإلكترونية	١٠٧	٣٩,٨٤	٨,٢٩			

جدول (١٢) قيمة «ت» لبيان فروق المتوسطات بين اتجاهات أفراد عينة البحث تجاه محاور الاستبانة المتعلقة بالتغطية الصحفية لأعمال هيئة الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر وفقاً لوسيلة متابعة الصحيفة (الصحيفة الورقية ، الصحيفة الإلكترونية).

ويشير التحليل الإحصائي من خلال النتائج المعروضة بالجدول السابق رقم (١٢) إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات أفراد عينة الدراسة تجاه محاور الاستبانة المتعلقة بالتغطية الصحفية لأعمال هيئة الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر وفقاً لوسيلة متابعة الصحيفة (الصحيفة الورقية ، الصحيفة الإلكترونية) ؛ ويوضح التحليل الإحصائي إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات أفراد عينة الدراسة في إجاباتهم حول محاور الاستبانة المتعلقة بالتغطية الصحفية حول أعمال هيئة الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر في ضوء كل من: الصحيفة الورقية والصحيفة الإلكترونية؛ وعلى ذلك تتشابه إجابات عينة الدراسة تجاه هذه المحاور المرتبطة بالاتجاهات حول التغطية الصحفية لأعمال هيئة الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر وفقا لوسيلة متابعة الصحيفة ولا يوجد تأثير لوسيلة متابعة الصحيفة على الصورة الذهنية لأفراد المجتمع عن الهيئة من خلال قراءتهم للمواد الصحفية المنشورة عن الهيئة وكذلك بالنسبة للاتجاهات والتقييم للأعمال الإعلامية المعروضة عن الهيئة حيث جاء متوسط إجابات الطلاب حول محاور الاستبانة متشابهة بدرجة كبيرة مما يشير إلى اتفاق عينة الدراسة حول هذه الاتجاهات والنقاط التقييمية لأعمال الهيئة بصورة عامة وكذلك الصورة الذهنية المتكونة لدى أفراد العينة عن الهيئة وهذا يتضح بصورة جلية حيث أن المعلومات الواردة بالصحيفة الورقية تكون موجودة بالصحيفة الإلكترونية كما هي أو موجودة بالصحيفة الإلكترونية بصورة مختصرة بنفس المعنى والهدف من الرسالة يصل إلى القارئ بنفس الفكرة فلا يوجد فرق جوهري بينهما.

(ج) نتائج دراسة الاستبيان:

من خلال العرض السابق للتحليلات الإحصائية وعرض النتائج ومناقشتها يمكننا أن نعرض ملخصا لهذه النتائج نوجزها فيما يأتي:

- اتجاهات أفراد العينة حول الصحف السعودية في تغطية الأخبار المتعلقة بالهيئة أقرب إلى الصورة المتوسطة وفي بعضها يميل إلى الصورة السلبية.
- يؤثر النشر لأعمال هيئة الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر في الصحافة السعودية على الصورة الذهنية لأفراد المجتمع عن الهيئة بصورة فعالة ينبغي أن توضع في الاعتبار.
- تعتبر فقرات محور تقييم التغطية الصحفية لأعمال الهيئة بصورة عامة من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة ضرورية عند نشر الموضوعات والأخبار المتعلقة بالهيئة؛ ومن ثم ينبغي مراعاة هذه النقاط وموضوعات التقييم وأن تحرص الصحافة السعودية سواء أكانت ورقية أو إلكترونية على اعتبار هذه النقاط التقييمية عند تقديمها أي موضوع عن الهيئة والتحقق منه بصورة موضوعية قبل نشره أو طرحه للجمهور.
- هناك شبه اتفاق بين استجابات المفحوصين في عينة الدراسة على أن المحور الثاني « تأثير التغطية الصحفية لأعمال الهيئة على الصورة الذهنية لدى أفراد المجتمع السعودي تجاه الهيئة «هو أكثر المحاور بروزاً بالنسبة لمحاور الاستبانة؛ يليه المحور الثالث» تقييم التغطية الصحفية لأعمال الهيئة بصورة عامة «ثم المحور الأول» الاتجاهات حول تغطية الصحف السعودية للأخبار المتعلقة بالهيئة «ورغم أن الفروق في قيم المتوسطات العامة ليست كبيرة إلا أنه يتبين أن تعرض أفراد المجتمع للتغطية الصحفية عن الهيئة قد يتسبب في التأثير المباشر على مدركاتهم وتصوراتهم وبالتالي موقفهم من الهيئة.
- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين عينة البحث في إجاباتهم حول



محاور الاستبانة المتعلقة بالتغطية الصحفية حول أعمال هيئة الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر مما يشير إلى اتفاق استجابات أفراد العينة حول محاور الاستبانة.

- لا توجد فروق دالة إحصائياً بين اتجاهات أفراد عينة الدراسة تجاه محوري الاستبانة المتعلقين بتأثير التغطية الصحفية على الصورة الذهنية للأفراد عن الهيئة، وكذلك تقييم التغطية لأعمال الهيئة بصورة عامة وذلك وفقاً لعدد مرات المداومة على قراءة الصحف.

- توجد فروق دالة إحصائياً بين اتجاهات أفراد عينة الدراسة تجاه المحور الأول المرتبط بالاتجاهات حول تغطية الصحف السعودية للأخبار المتعلقة بالهيئة وفقاً لعدد مرات المداومة على قراءة الصحف لصالح الأفراد الذين يداومون على قراءة الصحف مرة واحدة شهرياً مقارنة بالأفراد الذين لا يقرؤون الصحف مطلقاً.

- لا توجد فروق دالة إحصائياً بين اتجاهات أفراد عينة الدراسة تجاه محاور الاستبانة المتعلقة بالتغطية الصحفية لأعمال هيئة الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر وفقاً لنوع الصحيفة التي يقرأها أفراد الدراسة.

- لا توجد فروق دالة إحصائيا بين اتجاهات أفراد عينة الدراسة تجاه محاور الاستبانة المتعلقة بالتغطية الصحفية لأعمال هيئة الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر وفقاً لوسيلة متابعة الصحيفة (الصحيفة الورقية، الصحيفة الإلكترونية).



(د): مناقشة نتائج دراسة الاستبانة:

بالنظر إلى نتائج هذه الدراسة ومقارنتها بدراسات أخرى تناولت طرفا من الإحصائيات التي تتعلق بتأثيرات النشر الصحفي المطبوع والإلكتروني عن الهيئة في الصورة الذهنية نلحظ أمورا مهمة منها:

أن أهم المصادر التي أثّرت في تكوين أو تغيير الصورة الذهنية عن الهيئة تمثلت في أحاديث الناس في المجالس والشائعات؛ بنسبة ٣٢٪، ويغلب ذلك على مَنْ هم في سن أقل من الثلاثين؛ واحتلت الصحافة في التأثير والتشويه نسبة ٢٩٪، ثم التعامل المباشر مع الأعضاء بالاحتكاك أو مشاهدتهم ميدانياً بنسبة (٢٣٪)، بينما حصل الإعلام المرئي والفضائيات والمسلسلات على نسبة (١٣٪). واللافت في الدراسة أن نسبة (٧٨٪) من عينة الدراسة أكدت أن صورتهم العامة عن الهيئة إيجابية مع تحفظات ومقترحات وانتقادات؛ أما النسبة الإيجابية في الصورة الذهنية عن الهيئة لدى من قام بزيارة مراكز الهيئة فبلغت (٨٠٪)، وهي أكبر ممن لم يقم بالزيارة؛ إذ بلغت نسبتهم (٧٦٪). واللافت أيضاً أن نسبة (٩٥٪) من العينة أكدت أن صورة الهيئة الذهنية قد تغيرت خلال السنوات الثلاث الماضية، وكان هذا التغيير إيجابياً بنسبة (٦٤٪) وسلبياً بنسبة ٣٦٪)[٧٨]

وهذا بمقارنة ما توصلت إليه دراستنا هذه فإنه يتأكد لدينا أن كثير من الإعلاميين - وبعض الكتّاب - لديهم تصور ضبابي عن الهيئة وأفرادها، ربما لم يُبنَ على دراسة أو احتكاك مباشر، وربما يخضع لتأثيرات تشويه الصورة الذهنية، كوصفهم بأوصاف تأثرا بموقف أو تبعا لرأي فإنه لا يزال لا يمثل ظاهرة صحفية بل هي مجرد أقلام منفردة تغرد خارج السرب القيمي.

أن إحصائية الرئاسة المطبوعة عام ١٤٢٩هـ تشير إلى أن نسبة المضبوطين من غير السعوديين لعام واحد بلغت (٧٣٪)؛ من إجمالي المضبوطين، وبلغ المضبوطون من السعوديين ما نسبته (٢٧٪).

---

٧٨ - آل الشيخ، عبد الله بن محمد المنصور: الصورة الذهنية عن هيئة الأمر بالمعروف لدى بعض أفراد مجتمع المدينة). نقلا عن الدكتور سهيل بن محمد قاسم (نُشر ضمن بحوث ندوة الحسبة وعناية المملكة بها عام١٤٣١هـ

وبالنظر لأعمال الهيئة نجد أنها تقوم بجهد ملحوظ في ضبط الأمن مع غيرها من الجهات. وتظهر (البعض) باعتقادهم أن الهيئة تقتصر مهامها على منع التبرج أو منع التأخر عن الصلاة، وهذا فهم خاطئ بل إن دور الهيئة يتعدى إلى كل المخالفات العقدية، وفي العبادة بأنواعها، والأخلاقية من الاعتداء على الأعراض قولاً أو فعلاً، والمسكرات والمخدرات، والإخلال بالآداب العامة، وترويج المطبوعات والأسطوانات المخالفة للدين أو الأخلاق، ومخالفات المحال التجارية الشرعية، وغيرها.

ومن يقف على بعض إحصائيات الهيئة وما رصدته من مخالفات مثبتة رسمياً بمحاضر قد ضُمِّنت إحصائياتها السنوية إلى أن أكثر من (٩٥٪) من القضايا يتم حلها مباشرة دون تصعيد، وتتعامل معه بمبدأ الستر، و(٥٪) تتم إحالتها إلى جهات الاختصاص للتحقيق والإحالة للقضاء، مما لا يقبل المعالجة البسيطة والستر، وخصوصاً ما يتعلق بأوكار الرذيلة ومصانع الخمور والقبض على السحرة والمشعوذين ونحو ذلك.

وإن كانت نتائج التحليل المتعلقة بالاتجاه العام للصحافة السعودية نحو هيئة الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر غلبه (أحيانا) الاتجاه الإيجابي المؤيد للهيئة، وذلك بنسبة (٦٠٪) مقابل نسبة (٣٣,٣٪) للاتجاه السلبي المعارض أو المنتقد لعمل الهيئة، فيما تم رصد نسبة (٦,٧٪) فقط للاتجاه المحايد.

فإننا نلحظ فيما يتعلق بموقف الصحف السعودية من فكرة وجود هيئة الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر في المجتمع أظهرت نتائج التحليل أن الكتاب السعوديون منقسمون بصفة أساسية وبنسب متقاربة بين ثلاثة مواقف، هي:

١. موقف التأييد لوجود الهيئة والتأييد لأسلوب عملها: أي الوقوف موقفاً إيجابياً من فكرة وجود الهيئة في المجتمع ومن أسلوب عملها.
٢. موقف التأييد لوجود الهيئة مع انتقاد أسلوب عملها: وهو الموقف الذي يتجسد في قبول وجود الهيئة في المجتمع السعودي ولكن مع انتقاد أسلوب ممارسة عملها.
٣. موقف الرفض الكامل للهيئة لاعتبارات ثقافية متنوعة.

- كما أن كتاب الصحف السعودية ينطلقون في تبريرهم لوجود الهيئة من المنطلق الديني في الأساس مع الاستعانة بالمنطلق أو المدخل الاجتماعي أيضا.

- نلحظ أن الصحف لم تنكر الدور الإيجابي لهيئة الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر في الصحف السعودية خاصة الدور الاجتماعي والأخلاقي للهيئة، يليه التركيز على الإشادة بالدور الأمني لها والمتمثل في الحفاظ على سلامة المجتمع وأمنه وأمن أفراده. يلي ذلك في الترتيب الإشادة بالدور الديني للهيئة، والمتمثل في تحقيق رسالة الأمر بالمعروف و النهي عن المنكر.

- والمتأمل في نتائج هذه الدراسة يلحظ أن كتابات الصحف السعودية التي تناولت هيئة الأمر بالمعروف اشتملت على قدر من الدعوات والمناشدات والمقترحات التي كان الكتاب يوجهونها للهيئة لتحسين أسلوب عملها أو تطوير جانب معين من جوانب العمل بها.

- وأن أكثر الدعوات والمناشدات التي وجهها الكتاب السعوديون لهيئة الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر جاءت على النحو التالي:

- توجيه الدعوة إلى إحسان الظن بالناس وعدم التسرع في توجيه التهم لهم دون وجه حق، مطالبة الهيئة بالرفق واللين في التعامل مع الناس، توجيه الدعوة إلى عدم انتهاك الحرمات الخاصة بالمواطنين، الدعوة إلى التحلي بآداب الدعوة كالحلم وضبط النفس والصبر على النقد.

- وكما يلاحظ فهي كلها دعاوى ترتبط بإحسان التعامل من جانب رجال الهيئة مع المواطنين أثناء ممارسة عملها.

- ساق عدد من الكتاب ذوي الاتجاه المعارض أو المنتقد لهيئة الأمر بالمعروف عدداً من المبررات والدعاوى لإلغاء هيئة الأمر بالمعروف.

- وكما هو واضح تظهر نتائج التحليل أن أكثر الدعاوى والمبررات التي يستخدمها الكتاب السعوديون كمبرر لإلغاء الهيئة هي الدعاوى القائلة بأن



«عمل هيئة الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر يشكل اعتداء على الحريات الشخصية وانتهاك للخصوصية «. يليه في الترتيب الثاني وبنسبة مقاربة المبرر الذي يحمل انتقادا للهيئة بأنها كيان «ينصب عمله على العلاقة بين الرجل والمرأة أكثر من أي شيء آخر».

- كانت أكثر أوجه الانتقادات التي توجه في الصحف السعودية لهيئة الأمر بالمعروف هي الانتقادات المتعلقة بأسلوب تعامل الهيئة مع المواطنين. وجاء في المرتبة الثانية إيراد الانتقاد الخاص بغلو الهيئة وتشددها، فيما جاء بالمرتبة الثالثة انتقاد جانبين رئيسيين، أولهما عدم تحقق الهيئة من البلاغات التي ترد إليها والتسرع في توجيه التهم وعدم إحسان الظن بالناس.

- كانت أكثر أوجه الانتقادات التي توجه في الصحف السعودية لهيئة الأمر بالمعروف هي الانتقادات المتعلقة بأسلوب تعامل الهيئة مع المواطنين.

- وتؤكد الدراسة أن أسلوب تعامل منسوب الهيئة هو أكثر الجوانب التي تُنتقد هيئة الأمر بالمعروف بسببها، وبالتبعية، فهو أكثر الجوانب حاجة إلى إعادة النظر لاتخاذ ترتيبات لتحسين هذا الجانب على مستوى الممارسة، وكذلك على مستوى إعادة بناء الصورة الإعلامية حيث ينبغي أن تركز جهود تحسين الصورة الإعلامية على الترويج لفكرة حسن معاملة منسوبي هيئة الأمر بالمعروف للمواطنين.

- تظهر الدراسة أن أكثر أسباب انتقاد أسلوب عمل الهيئة هو القول بأن أسلوب الهيئة في توقيف الأفراد وتفتيشهم وتفتيش منازلهم يتعارض أولا مع الشريعة الإسلامية التي حرصت كل الحرص على صيانة الإنسان وتكريمه وعلى حرمه حياته الخاصة وما يتعلق بذلك من التعرض لمسكنه وحياته الخاصة، مادام بعيدا عن التهمة، متوقيا للشبهات، ملتزما بأحكام الشرع.

- اتضح أن الجانب الأكبر من الأدوار أو الاتجاهات السلبية الواردة بالصحف السعودية نحو العاملين بالهيئة تكون من نصيب رجال الهيئة فيما كان الاتجاه

نحو الرئيس العام لهيئة الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر اتجاها إيجابيا في الغالب، و بنسبة كبيرة. يليه في ترتيب الاتجاه الايجابي نحو رؤساء الفروع وكبار المسؤولين.

- ويظهر التحليل أن المرجعية الأساسية التي يستند إليها الكتاب السعوديون حين يتحدثون عن هيئة الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر هي بالدرجة الأولى (المرجعية الدينية) ، حيث وصلت نسبة توظيف المرجعية الدينية مقابل المرجعيات الأخرى إلى (٤٨,٨٪) . أي أن ما يقرب من نصف الخطاب الصحفي الذي يتناول هيئة الأمر بالمعروف سواء بشكل إيجابي أو سلبي يستند بالدرجة الأولى علي المرجعيات الدينية.

- وبتحليل أعمق لآليات توظيف المرجعيات الدينية عند الحديث عن الهيئة سواء بالإشادة أو بالانتقاد أوضح البحث أن توظيف القرآن الكريم ونصوصه السامية هي الغالبة عند الاستناد إلى المرجعية الدينية، يليها توظيف الأحاديث النبوية الشريفة. ثم يأتي بعد ذلك توظيف السير والأقوال الخاصة بالشخصيات الدينية.

- ومن ثم تعد المرجعية الدينية هي السند الأساسي الذي يستخدمه الكتاب السعوديون في إقامة الحجة على ما يقدمون من آراء ايجابية أو سلبية حول الهيئة.

- لوحظ غياب الوعي التفصيلي من جانب الصحف في أغلب الكتابات التي تم تحليلها بالدور الحقيقي للهيئة واقتصاره فيما يكتب على ما يسمع أو يشاهد أو ما يتولد لديه من انطباعات.

- يرى (غالب) الكتاب أن أخطاء الهيئة ورجالها كثيرة وتحتاج إلى قرارات تصحيحية لإصلاح هذه الأوضاع، ولا ينادون بإلغاء هيئة الأمر بالمعروف فهم يقبلون بوجودها في المجتمع السعودي ويقدرون دورها ولكنهم بالمقابل يرون أن الصورة السلبية المتكونة عن هيئة الأمر بالمعروف تعود إلى الأخطاء والممارسات السلبية التي يقوم بها أفراد الهيئة والتي تشوه صورتها عند الناس.

توصيات الدراسة

في نهاية هذه الدراسة وبعد الإجابة عن تساؤلاتها ودراسة نتائجها ومناقشتها، فقد استخلص فريق البحث جملة من التوصيات نرى تقسيمها على النحو الآتي:

تنبيهات هامة، ثم أربعة محاور هي:

المحور الأول : توصيات عامة.

المحور الثاني: ما يتعلق بهيئة الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر.

المحور الثالث: ما يتعلق بالصحافة.

المحور الرابع: مقترحات وتوصيات مستوحاة من الصحف، ويشمل توصيات:

١. فيما يتعلق برجال الهيئة وكوادرها
٢. فيما يتعلق بالإجراءات الإدارية:
٣. الجانب القيمي في الأداء:

أولا: تنبيهات هامة:

- إن تنوع التغيرات والتحولات التي تشهدها الساحة الثقافية في المملكة في السنوات الأخيرة، يستدعي «ضرورة النظرة الكلية والعامة لمفردات تلك التحولات والتغيرات؛ والتي تضع كل مفردة أو قضية في إطارها العام؛ وذلك للخروج برؤية شمولية؛ تعطي تصوراً موضوعياً أقرب إلى الواقع». وهو ما ينطبق على موقف الصحافة المحلية من هيئة الأمر بالمعروف، حيث تحتاج دراسة ذلك إلى «مراجعة موضوعية شاملة، تستقرء الواقع بتجرد وحيادية، وتنظر بتأن في كافة المؤثرات المحيطة بالقضية لمعرفة مدى تأثير كل منها.

- يهدف إحصاء النشر الصحفي عن هيئة الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر التعرف على طرائق المعالجة الصحفية للقضايا المتعلقة بالهيئة، وتحليل نتائجها



لمعرفة انعكاساته على الصورة الذهنية، التي تحرص عليه الصحف في هذا الشأن، مع التأكيد على عدم السعي لإصدار أحكام بناء على وقائع ومتغيرات جزئية متفرقة.

- تؤكد «شواهد ودلائل الرصد الصحفي»، والذي حاولنا من خلالها الوصول إلى نتائج أكثر موضوعية، مبنية على معطيات صحيحة، تجعلنا نفهم الموضوع بشكل أفضل، وبصورة أقرب للحقيقة، ولا نقف عند التعاطي السلبي لوسائل الإعلام مع قضايا الهيئة، فإن ذلك يتنافى مع اعتبار العوامل العالمية والمحلية على صعيد الصراع الحضاري، وعلى الصعيد العقدي والثقافي والفكري ذات تأثير في غاية الأهمية.

- رغم هذه الأهمية فإنه لا يمكن القول - بأي حال من الأحوال - إن العلاقة بين الهيئة والصحف في أفضل أحوالها، فالهيئة تشكو من أن الصحف تضخم السلبيات التي يقع فيها بعض أعضائها مع إغفال الإيجابيات، فضلا عن قيامها بنشر معلومات مغلوطة أو مجتزئة عن وقائع متعلقة بالهيئة، دون العودة إليها لاستجلاء الحقيقة، كما تقتضي الأصول المهنية، وفي المقابل فإن وسائل الإعلام، لديها وجهة نظرها، التي تؤكد على حقها في نقل السلبيات التي ترصدها، وتنبيه المسئولين والمواطنين إلى مواضع الخلل، لإصلاحها.

- عندما يستخدم صحفي أو وسيلة إعلام ما مفردة «الشرطة الدينية» قاصدا الإشارة لهيئة الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر في السعودية، فمن الصعب افتراض البراءة والمهنية في هذا الصحفي أو تلك الوسيلة، فالمصطلح يلقي على الهيئة عبء دلالات بالغة السوء، تعود إلى حقبة العصور الوسطى في أوروبا المسيحية، ومحاكم التفتيش التي نصبت للتخلص من المخالفين في العقيدة، كما حدث مع المسلمين في الأندلس، أو حتى أصحاب التوجهات الأخرى داخل الديانة المسيحية نفسها، مما راح ضحيته مئات الآلاف، حرقا أو شنقا.

- يعد استخدام -بعض العبارات- والتي قد لا يتوقف الكثيرون أمامها وإن كانت دلالاتها تتسرب إلى اللاوعي داخلهم، إلى أن يتعرضوا لرسالة إعلامية



سلبية أو خبرة شخصية توقظ هذه الدلالات وتنقلها إلى جانب الوعي وتكوين القناعات مجرد مثال على مقدار التأثير الذي تمارسه الصحف، خاصة المحلية، تجاه الهيئة، وقدرتها على إيجاد مناخ غير مواتي لعملها، أو العكس، إذ أن وجود البيئة المساندة كفيل بتسهيل عمل الهيئة، وتهيئة المجتمع للتعاطي الإيجابي مع الدور المنوط بها.

ولعل القصور الذي تعاني منه الصحافة في معالجتها لقضايا الهيئة إلى نوعين:

الأول: «قصورٌ فكريٌ، وهو الأساس، ويرتبط بعوامل وأسباب داخلية وخارجية، منها الاستهداف الأجنبي للهيئة ودورها، وذلك في إطار استهداف النظام الإسلامي بشكل عام، وقد تزامن هذا الاستهداف مع حالة التخبط التي يمر بها الإعلام المحلي، ومحاولته إرضاء الآخرين على حساب الثوابت والقيم الإسلامية. كما أن تأثير الرؤية الليبرالية لبعض الصحف والصحفيين والاستخدام الخاطئ لمفهوم حرية الرأي لعب دورا سلبيا في هذا السياق.» [٧٩]

الثاني: فهو القصور المهني في المعالجة الصحفية، والذي يرجع إلى عدة أسباب، من أبرزها التصيد الصحفي لأخطاء الهيئة، وقيام بعض الصحف بـ «أدلجة الخبر الصحفي»، حيث كان لمراسلي الصحف تأثيرا كبيرا على مضمون الأخبار وتوجهها. يضاف إلى ذلك أن الصورة الذهنية للهيئة لدى الصحف، والموقف الفكري من دورها كان له تأثيرا بالغ الأهمية على نوعية التعاطي مع قضايا الهيئة، ويعد هذا العامل إشكالية مهنية جوهرية؛ إذ يفترض أن تلتزم الصحف بالحيادية في طرحها. كما لاحظ فريق البحث أن الأخبار المتعلقة بالهيئة، لاسيما المتعلق منها بالأخطاء، ينقصها بدرجة كبيرة الدقة والمصداقية اللازمة، وإن كان هناك تفاوتا في هذا الأمر من صحيفة إلى أخرى، فالبعض غلب المهنية على أي معايير أخرى. [٨٠]

٧٩ – انظر: الأحمدي، عبد الرحمن، الصحافة والهيئة، حقائق ومراجعات. (بتصرف)

٨٠ – المرجع السابق (بتصرف)

- من جانبها تتحمل الهيئة جزءا من المسؤولية في هذا الشأن بسبب القصور الذي تعاني منها الآلة الإعلامية التابعة لها، ما يتطلب تطويرا مستمرا، خاصة أن عمل الهيئة حساس، ويرتبط بمطامع ومكاسب فكرية وثقافية مختلفة، وتكتنفه عدة عوامل مؤثرة على المستوى المحلي والعالمي، كما أن هناك من يتصيد أخطائها لتحقيق انتصارات فكرية، ما يستدعي مزيداً من العناية والحرص على جودة أدائها العام.

- ولا تعني نتائج تحليل الرصد الصحفي لموقف الصحافة المحلية غير الموضوعي من أخطاء الهيئة ساهم في تدعيم وتعزيز الصورة المشوهة عن المملكة ومؤسساتها العامة لدى الغرب، رغم أن الواجب الوطني كان يفرض عليها أن تقوم بإصلاح الخطأ باعتدال دون تضخيم أو تعميم، إلا أنه مع ذلك لا يفقد الأمل في معالجة صحفية للقضايا المحلية أكثر موضوعية وحيادية، تنطلق من المصالح العامة للوطن، بعيداً عن المصالح الفئوية الخاصة، وأن تترفع الصحف عن التوظيف الفكري للأحداث والوقائع المختلفة.

وعليه يرى فريق البحث تصنيف التوصيات التي استنتجها إلى أربعة محاور على النحو الآتي:

المحور الأول: توصيات عامة:

١. أهمية انفتاح الهيئة إعلاميا على وسائل الإعلام الدولية خاصة وتزويدها بالمعلومات وإقامة علاقات جيدة معها واستقبال الوفود الإعلامية التي تزور المملكة وتطلب لقاء المسئولين في الهيئة والإجابة على أسئلتهم ورد الشبهات الموجودة لديهم.

٢. ضرورة متابعه ما ينشر عن الهيئة في الإعلام بشكل عام –خاصة مع تنوع وسائل الاتصال– وتأثيراتها على الصورة الذهنية والرد على بعض المغالطات ودرء الأفكار السلبية التي تحاول بعض وسائل الاتصال ترسيخها عنها.

٣. العمل على تحسين وإبراز الصورة الحقيقية والسليمة للهيئة وتوضيح الواقع للنخب الإعلامية بغرض تحسين هذه الصورة وإزالة التشويه والشوائب التي تسعى بعض الجهات إلى إلصاقها بالهيئة.

٤. اتخاذ الإجراءات العملية والعلمية لتطوير أداء العلاقات العامة وتشجيع الناطقين الإعلاميين لبذل المزيد من التواصل والشفافية والسرعة في الرد على أسئلة الصحفيين.

٥. أهمية تطوير الموقع الإلكتروني الخاص بالهيئة وتزويده بكافة المعلومات الأساسية باللغة الانجليزية.

٦. التواصل الدائم مع الصحافة الدولية والمحلية وتفهم مهامها استنادا إلى رؤية شرعية وهي أنّ الإسلام دعا لكفالة حرية التعبير عن الرأي وعدّها حقوقاً وواجبات ووضع التشريعات لحمايتها. وجعل أحد هذه المبادئ وهو فرع لهذه الحقوق أساساً في المجتمع الإسلامي وهو مبدأ (الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر)

٧. أهمية الاستعانة بمستشارين ذوي علاقات حسنه مع الصحافة ليكونوا جسور تواصل بدلا من إن يكونوا عقبه إمام تحسن العلاقات بين الهيئة والصحافة.

المحور الثاني: ما يتعلق بهيئة الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر:

- الاهتمام بعقد دورات للصحفيين من أجل إدراك تبعات الموضوع المنشور من قبل الصحفي والتركيز على ذلك بدرجة أكبر من المعلومة الصحفية أو الخبر المراد نشره.

- تبادل الزيارات وتنظيم حلقات النقاش وورش العمل واللقاءات المتواصلة بين مسؤولي الهيئة والإعلاميين .



- على الهيئة أن تنصف وتكافئ الإعلاميين الذين يتثبتون ويتحققون من نشر الأخبار بموضوعية عن الهيئة.
- ينبغي أن يعطى مسؤولي الهيئة حقهم وإنزالهم قدرهم وإبراز جهودهم الإصلاحية والأمنية في المجتمع .
- ينبغي أن يكون للهيئة منابر إعلامية من خلال الفضائيات والصحف أو الإعلام المسموع وغيره.
- إعطاء الفرصة للإعلام بالنقد عندما يكون هناك تقصيراً أو مخالفة من أعضاء الهيئة من أجل التقويم البناء.
- يلاحظ أن هناك رؤية سلبية تجاه الهيئات من خلال الإعلام؛ لذا ينبغي أن تقدم الهيئات مادة معلوماتية للإعلام حتى يتحقق أهداف الهيئات بصورة فعالة.

المحور الثالث: ما يتعلق بالصحافة:

١. تعاون الصحافة مع الهيئة من خلال موقف إجرائي فاعل تجاه إصلاح المشكلات الواقعية والملموسة لدى أفراد المجتمع.

٢. تقديم الصحافة السعودية للمصالح الشرعية وقيم وثقافة المجتمع الأصيلة على المصالح الخصوصية والمادية.

٣. أن يتم التعامل مع الهيئة كجهاز حكومي يجسد النظام الأخلاقي الذي تأسست عليه الدولة، بعيداً عن تحويل الهيئة إلى طرف فكري في تصفية الحسابات الفكرية بين بعض التيارات، والذي كان سبباً في وقوع كثير من الصحف والكتاب في تعميم الأخطاء الفردية على الجهاز.

٤. أن تأخذ الصحف المعلومة بموضوعية وتضعها في سياقها الصحيح من خلال



مصادرها الحقيقية.

٥. عدم تعميم الأخطاء الفردية للأشخاص على الصورة العامة للهيئة حفاظاً على هيبتها ومكانتها لدى أفراد المجتمع.

٦. عدم إعمال الرأي والتعبيرات والانطباعات الشخصية من قبل الصحفيين حول القضايا التي تمس الأعراض.

٧. تبادل النقد البناء من أجل تقييم البرامج المشتركة بين رجال الإعلام ومنسوبي الهيئة.

٨. تبادل المعلومات فيما يتعلق بالظواهر المجتمعية بين الإعلاميين والهيئة.

٩. المساعدة على نشر النواحي الإيجابية للهيئة وتدعيمها والتبصير بالجوانب السلبية للإصلاح والتقويم من أجل العلاج .

١٠. عدم تحميل الأخطاء الفردية على كل منسوبي الهيئة أو على شعيرة الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر.

١١. عدم العمل على استفزاز منسوبي الهيئة وتضخيم الأخطاء فإنها في الغالب تتم بصورة فردية وتكون غير مقصودة أو من باب الحرص الشديد على تغيير المنكر.

١٢. للهيئة دور إصلاحي في المجتمع من خلال الضبط الأخلاقي والضبط العقدي والضبط الأمني؛ لذا ينبغي إبراز هذا الجانب المشرق والإيجابي من قبل رجال الصحافة والإعلاميين.

١٣. تعتبر بعض عناوين الصحف ملفتة للنظر وتحمل شحن سلبي للقارئ تجاه الهيئة فينبغي مراعاة ذلك من قبل الصحافة أو مراجعة نقاط الضعف في النشر الصحفي عن الهيئة لتعديل الاتجاهات عن الهيئة نحو الإيجابية.

١٤. أن تعمل الصحافة على أداء مسؤولياتها الاجتماعية بالتعاون جنباً إلى جنب مع الهيئة من أجل حفظ النظام الأخلاقي للمجتمع، وطرح مشكلاته بطرق إيجابية ونشر ثقافة الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر والتناصح بين أفراده، ليكون الجميع مصدر أمن واستقرار.

١٥. أن تتوازن الصحف في العرض، وتعطي الاهتمام والمساحة المناسبة للموضوعات الإيجابية كما تعطي للسلبية بشكل متكافئ.

١٦. أن تلتزم الصحف بتغطية القصص الإخبارية إلى نهايتها وإكمال الموضوعات المثارة والتي تفتحها عن ملحوظاتها على الهيئة، وأن تنشر النهايات الإيجابية كما تنشر السلبية. وتلتزم الهيئة بتوفير المعلومات والحقائق اللازمة لذلك.

١٧. ينبغي أن تلتزم الصحافة بالموضوعية في الطرح والتحقق والتثبت من المعلومات المنشورة من أجل صدق الخبر والتثبت منه قبل نشره.

١٨. أن تتجنب الصحافة سياسة توجيه الاتهام للهيئة دون دليل بين أو واضح، وتتجنب الهيئة سياسة الدفاع دون تقديم الحقائق والمعلومات عن القضايا المتعلقة بمسؤوليتها المجتمعية.

المحور الرابع: مقترحات وتوصيات مستوحاة من الصحف:

ويعد هذا الجزء خطوة عملية للإفادة من النشر الصحفي وآراء ومقترحات كتابها لنقل الصورة من واقع الصحف وما تناولته في مقالاتها وأخبارها وتعليقاتها لتحسين عمل الهيئة وتطويرها، وعلى نحو إجمالي جاءت هذه المقترحات على نحو مسترسل، لذا أخذ فريق البحث بتحليل ما قدمته الصحف لتحسين العمل في هيئة الأمر بالمعروف مستنتجا أنها تتمحور حول مجموعة من العناصر الرئيسة، جاءت مضمونها في عناصر رئيسة هي: (تطوير العنصر البشري العامل بالهيئة وتفعيل برامج تطويره وتدريبه شرعيا وأمنيا واجتماعيا. تطوير نظم وأساليب العمل داخل الهيئة وفروعها المختلفة، التأكيد على حسن

تعامل الهيئة مع المواطنين، إخضاع رجال الهيئة لآليات التقييم والمحاسبة، إجراء تحولات هيكلية في طبيعة الهيئة ككيان مؤسسي وإجراء تحولات في طبيعة اختصاصاتها وإعادة صياغة اختصاصات الهيئة على نحو دقيق، تحسين العلاقة بين الهيئة والصحف).

ويمكن يقسم هذه العناصر إلى ثلاثة محاور على النحو الآتي:

أ) فيما يتعلق برجال الهيئة وكوادرها:

- تأهيل كافة الأفراد العاملين في الميدان من خلال من خلال جهات مختصة وفق قياس الأداء.
- حسن اختيار كوادر الهيئة والعمل على تدريبهم و تطويرهم.
- عقد ورش عمل يُستضاف فيها المفكرون والمثقفون لمعرفة وجهة نظر المجتمع من الهيئة.
- تهيئة أسباب التدريب على تقنيات العصر.
- تثقيف منسوبي الهيئة بمهامهم الوظيفية.
- تنظيم دورات لمنسوبي الهيئة في فنون الاتصال الاجتماعي للاقتراب من المواطنين بأسلوب يحقق الرفق في تقديم النصح.
- إجراء عمليات تقييم للعاملين بالهيئة خاصة العاملين في الميدان.
- محاسبة كل عضو في الهيئة يثبت تورطه في أي انتهاكات.
- الاهتمام بالبحث العلمي بغية تقييم العمل وتحسينه.

ب) فيما يتعلق بالإجراءات الإدارية:

- التفكير في ضم هيئة الأمر بالمعروف إلى وزارة الداخلية.
- إنشاء غرفة عمليات مجهزة لجهاز الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر في كافة المدن لتنسيق عمل الهيئة.

- عدم السماح لأعضاء الهيئة بالمطاردة واقتحام المنازل أو حتى إيقاف السيارات وترك ذلك للأجهزة الأمنية المؤهلة والمدربة والمسلحة لمثل هذا الأمور.(وهو ما تم أخيرا في ١٤٣٢/٦/٢).
- تحويل الهيئة إلى شرطة آداب لها نظامها الواضح وربطها بالحكم الإداري في كل منطقة، مع تحديد صلاحيات الهيئة.
- التحري الدقيق ضد الشكاوى.
- التعاون بين الهيئة والإعلام من خلال وجود ناطق رسمي متفرغ.
- إعادة صياغة اختصاصات الهيئة بلغة دقيقة بما يضمن عدم إساءة استخدام السلطة المخولة للهيئة من قبل بعض منسوبيها.
- تمييز منسوبي الهيئة بزى خاص والتزام رجال الهيئة بلباس رسمي مميز أثناء تأدية عملهم للمساهمة في عدم الإساءة للهيئة من خلال استغلال البعض عدم وجود زي رسمي في ادعاء الانتساب للهيئة، كما سوف يساعد ذلك على طمأنة المواطنين.
- أن تقوم رئاسة الهيئة باستبعاد الشباب من أفرادها الذين تقل أعمارهم عن الأربعين عن القيام بالجولات في الأسواق والمجمعات وأماكن الترفيه لافتقادهم الحكمة والروية.
- إنشاء معاهد عالية متخصصة لالتحاق منسوبي الهيئة وتخريج دفعات من رجال الحسبة تدرس فيه المواد الشرعية والحقوقية وكيفية التعامل مع المخالفين.
- التنسيق والتعاون بين الهيئة ووزارة التجارة في محاربة الغش في الأسواق، وكذلك التعاون مع وزارة الشؤون الاجتماعية لمواجهة الفقر والتفكك الأسرى.

ج) الجانب القيمي في الأداء:

- نشر الفهم الصحيح حول وظيفة الهيئة ومهمة الحسبة في المجتمع.
- تحفيز العاملين على حسن معاملة الناس.
- إعادة ترتيب أولوياتها بالتركيز على ما هو أكثر أهمية.



- قبول مساحة الاختلاف في وجهات النظر وعدم التشدد فيما فيه فسحة من الاختلاف، وعدم البحث عن تبريرات للأخطاء الفردية لأعضاء الهيئة.
- إيمان أفراد الهيئة مع إخضاع أعمالهم الميدانية لمبدأ حسن الظن بالناس.
- إيقاظ الحس الإنساني الرفيع في رجال الهيئة.
- تحسين العلاقات مع وسائل الإعلام وتقبل النقد.
- السعي لتحسين الثقة مع الجمهور، لتحقيق احترام خصوصيات الناس وعدم التجسس.
- عدم إشعار الجمهور بأنها جهاز سلطوي رقابي مشرع.
- تقيد منسوبي الهيئة بما نصت عليه الأنظمة وخاصة نظام الإجراءات الجزائية من ضوابط في عملية التوقيف والتفتيش والتحقيق.
- قصر عمل الهيئة على الدور التبليغي والدعوي والرقابي، وترك مسألة القبض والتوقيف للجهات الأمنية والقانونية.
- وجود ضوابط ومحددات واضحة ليعرف كل مواطن ما هو ممنوع وما هو مسموح.
- أن تلحق الهيئة بجهازها أساتذة الشريعة وأئمة المساجد والأفراد المشهود لهم بالصلاح والحكمة من المتقاعدين الذين تجاوزوا الستين.
- إنشاء لجنة علمية في الهيئات تدرس بعض الأمور وتعطي توضيحات للأعضاء الميدانين فيما يتعلق بالمستجدات لإنهاء الاجتهادات الفردية للأعضاء.

خاتمــة

الحمد لله رب العالمين، والصلاة والسلام على نبينا محمد وعلى آله وصحبه وسلم .. وبعد..

لا شك أن هناك نقلة نوعية تحققت لهيئة الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر من خلال العديد من البرامج التطويرية التي تستهدف الرقي بآليات العمل الميداني والإداري مما كان له أثر واضح في انعكاساته على النشر الصحفي .

ولعل تعدد وسائل التغير التي تؤثر في المجتمع إلى جانب الصحف من وسائل التقنية والاتصالات الحديثة، حيث كان للرئاسة وفروعها دور واضح في استثمار وتوظيف التقنيات الحديثة في التغير الاجتماعي الإيجابي على مستوى الفرد والمجتمع في إطار رسالة الهيئة ومسؤوليتها، وخاصة من خلال وسائل التواصل الاجتماعي مما يسهم في إيجاد قنوات اتصال فاعلة لكافة شرائح المجتمع، ظهر انعكاسه على النشر الصحفي.

وقد كان لمؤسسات المجتمع المختلفة دور فاعل في التواصل مع الرئاسة وفروعها وتنمية العلاقة بينهما مما ينعكس أثره على المجتمع وتحسين الصورة الذهنية للهيئة خاصة في بلد تمثل الصورة التطبيقية لتعاليم الإسلام.

كما سعت الهيئة بأساليب مشاركة في المناسبات العامة بما يعزز دور الهيئة في المجتمع والتواصل مع كافة شرائحه ومنها وسائل الإعلام المتنوعة.

ومن المهم الإشارة لمذكرات التعاون والكراسي البحثية التي قامت الهيئة على تنفيذها بالشراكة مع جامعات سعودية للتأكيد على تعزيز شعيرة الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر بين أفراد المجتمع من خلال التأصيل العلمي والثقافي وإبراز منجزات الرئاسة وبرامجها الموجهة للمجتمع .



ومن ذلك الدراسات العلمية والرسائل الجامعية للدراسات العليا في الجامعات التي تتناول دور الهيئة وأدوارها المتنوعة في المجتمع ويتم إعدادها وفقاً لأساليب البحث العلمي وتخرج بنتائج تكون مصابيح إضاءة لدور الهيئة الحيوي والمحوري في تحقيق الأمن بمفهومه الشامل، وإبراز دور الهيئة كواحدة من أهم أدوات الضبط الاجتماعي .

ويعد سعي الهيئة لتنمية مهارات الاتصال في مجال الإقناع وتغيير السلوك لدى رجال الهيئة الميدانيين واستثمار دور وسائل الإعلام وعدد من الكتاب المتميزين الذين لهم دور في توطيد العلاقة بين الهيئة والمجتمع وتعزيز منجزات الرئاسة ودورها الهام في خدمة المجتمع مما له أثر واضح في تعزيز الصورة الذهنية الإيجابية عن جهاز الهيئة .

ويعد إفراد مبحث خاص في هذه الدراسة للتوصيات والمقترحات والرؤى سعيا لاستنباط أهم المعالم الرئيسة لنتائجه يمكن تطبيقها وتنفيذها تكون معينة لصاحب القرار ومن يهمه أمر هذا الكيان المهم لاستثمارها على الوجه الأمثل.

كما أنه من المهم جدا التأكيد على أن تلاحم جهات المجتمع من أجل صلاحه وأمنه من الأخطار المادية والمعنوية الداخلية والخارجية أمر حتمي من خلال كافة مؤسساتها؛ فالهيئة تهتم بالأمر بالمعروف والنهي عن المنكر الذي كان سببا في خيرية هذه الأمة قال تعالى: ﴿ كُنتُمْ خَيْرَ أُمَّةٍ أُخْرِجَتْ لِلنَّاسِ تَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَتَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنكَرِ وَتُؤْمِنُونَ بِاللَّهِ وَلَوْ آمَنَ أَهْلُ الْكِتَابِ لَكَانَ خَيْرًا لَّهُم مِّنْهُمُ الْمُؤْمِنُونَ وَأَكْثَرُهُمُ الْفَاسِقُونَ ﴾ آل عمران: ١١٠، والصحف هي من المؤسسات التي تسهم في تكوين الثقافة السلوكية والأمنية في المجتمعات وتهيئ لقبول هذه السلوكيات أو تلك.

هذا ونسأل الله تعالى ان يعم بهذه الدراسة الفائدة وينفع بها ويجعلها خالصة لوجهه الكريم، والحمد لله رب العالمين.

المراجـــــع

أولا الكتب:

١. ابن منظور، لسان العرب ط: دار المعارف ١٩٨٧م

٢. أبو زيد، رشاد شحاتة: مسؤولية الإعلام الإسلامي، دار الفكر العربي، القاهرة، ط/١، ١٩٩٩م،

٣. الأحمدي، محمد بن عواد ، الصحافة والهيئة ..حقائق ومراجعات . دار غيثاء للنشر، ١٤٣٠هـ - ٢٠٠٩م

٤. الأحمدي، محمد، الإعلام والتأثير – مقال –الجزيرة- ٢١٣٤

٥. أشتي، فارس، الإعلام العالمي، مؤسساته، طريقة عمله وقضاياه، الطبعة الأولى (بيروت: دار أمواج للطباعة والنشر والتوزيع، ١٩٩٦م).

٦. آل الشيخ، عبد الله، الصورة الذهنية عن هيئة الأمر بالمعروف لدى بعض أفراد مجتمع المدينة). - نقلا عن الدكتور سهيل بن محمد قاسم (نُشر ضمن بحوث ندوة الحسبة وعناية المملكة بها عام١٤٣١هـ

٧. آل سعود، عبد العزيز، تطبيقية على العاملين بفروع الرئاسة العامة لهيئة الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر بالمنطقتين الوسطى والشرقية، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، ١٤٢٣هـ.

٨. إمام، إبراهيم: الإعلام الإسلامي المرحلة الشفهية، مكتبة الأنجلو مصرية، القاهرة، ١٩٨٠م.

٩. إمام، إبراهيم: العلاقات العامة والمجتمع، مكتبة الأنجلو، القاهرة، ١٩٨١م.

١٠. البستاني، بطرس: محيط المحيط، تحقيق: محمد عثمان دار الكتب العلمية١٩٧١م

١١. الحضيف، للدكتور محمد، كيف تؤثر وسائل الإعلام؟ دراسة في النظريات والأساليب: ١٩٩٨م / ١٤١٨هـ، الطبعة الأولى، مكتبة العبيكان

١٢. ديفلر، ملفين وساندرا بول، نظريات الإعلام، ترجمة كمال عبد الرؤوف، الطبعة الثانية، القاهرة: الدار الدولية للنشر والتوزيع ، ١٩٩٨م

١٣. الرواد ، مجموعة / المشروع الريادي للهيئة ١٤٢٦هـ

١٤. الزبيدي، السيد محمد مرتضى الحسيني - تاج العروس ط/ دار الهلال، المجلس الوطني للثقافة والفنون الكويت ٢٠٠٤م

١٥. السهلي، عبد الله – من ينصف الهيئة – صيد الفوائد

١٦. شرف، عبد العزيز - علم الإعلام اللغوي (القاهرة: الشركة المصرية العالمية للنشر،٢٠٠٠م)

١٧. شلبي، أحمد، العلل - ط١ – النهضة المصرية – ١٩٧٦م

١٨. شللير، هربرت، المتلاعبون بالعقول، ترجمة عبد السلام رضوان، الكويت، سلسلة عالم المعرفة، العدد ١٠٦ ، ١٩٨٦م.

١٩. الشنقيطي، سيد محمد، الأصول التطبيقية للإعلام الإسلامي، الرياض: دار عالم الكتب للنشر والتوزيع، ١٩٩٦م

٢٠. صالح، خليل ، الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة، دار المجدلاوي لنشر والتوزيع ، ط٥ ، ٢٠٠٦م.

٢١. صليبا، جميل، لمعجم الفلسفي، الشركة العالمية للكتاب١٩٩٤م

٢٢. صيني، سعيد «مدخل إلى الرأي العام» ، القاهرة: الهيئة المصرية العامة للكتاب.(١٤١١هـ).

٢٣. عبد الحميد، محمد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، عالم الكتب، ط١، ٢٠٠٠م

٢٤. عبد الحميد، محمد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، ط٢ (القاهرة:

عالم الكتب، ٢٠٠٠م)

٢٥. عبد القادر، محمد: دور الإعلام في التنمية، وزارة الثقافة والإعلام، ١٩٨٢م.

٢٦. عبد اللطيف، رشاد: تنمية المجتمع وقضايا العالم التربوية، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، ١٩٨٢م

٢٧. عفيفي، جمال: جريدة الصحافة، ١٩٧١م.

٢٨. فضيل، دليو، الاتصال، دار الفجر للنشر والتوزيع، ط١، ٢٠٠٣م

٢٩. الفيروز آبادي، القاموس المحيط، أبو إسحاق إبراهيم، تحقيق: أبو الوفا نصر الهوريني دار الكتب العلمية فصل العين، باب الميم.

٣٠. قاسم، يوسف ، ضوابط الإعلام في الشريعة الإسلامية وأنظمة المملكة العربية السعودية، الرياض، ١٩٧٩م.

٣١. كحيل، عبد الوهاب: الأسس العلمية والتطبيقية للإعلام الإسلامي، عالم الكتب، بيروت، ط١/١٩٨٥م.

٣٢. ليلى، حسين السيد، د.عماد مكاوي، حسن،الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية للنشر، بالقاهرة ٢٠٠٩م ط الثامنة.

٣٣. متولي، عبد الحميد، الغزو الفكري والتيارات المعادية للإسلام، طبعة منشأة المعارف، الإسكندرية / د . ق .ت.

٣٤. محمد، عبد الحميد، الاتصال في مجالات الإبداع الفني الجماهيري، عالم الكتب، ط١ ،١٩٩٣م.

٣٥. محمود، حسن كامل، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، الدار العالمية للنشر والتوزيع، ط١، ٢٠٠٣م.

٣٦. مسعود، الرائد جبران، دار العلم للملايين، ١٩٩٢م

٣٧. المطوع، عبد الله– وآخرون، المشكلات الميدانية دراسة ميدانية تقويمية



لمشكلات العمل في مراكز هيئة الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر، ١٤٢٩هـ،

٣٨. معهد البحوث - جامعة الإمام محمد بن سعود — الرياض ٢٠٠٨

٣٩. مكاوي، حسن عماد، وليلي حسين، نظريات الإعلام المعاصرة، الطبعة الأولى، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، ١٩٩٨م.

٤٠. مكاوي، عماد، حسن، نظريات الإعلام، الدار العربية للنشر والتوزيع، ط ١، ٢٠٠٧م

٤١. المكينزي، عادل - ورقة مقدمة لندوة مدراء الفروع بالهيئة ١٤٣٠هـ

٤٢. موسى، عصام، المدخل في الاتصال الجماهيري، ط١ (الأردن: مكتبة الكنتاني،١٩٨٦م)

٤٣. الميداني، عبد الرحمن، (١٤٠٤هـ/١٩٨٤م)، الغزو الفكري والتيارات المعادية للإسلام، الرياض: جامعة الإمام محمد بن سعود ..

٤٤. النيسابوري، أبو الحسين مسلم بن الحجاج - صحيح مسلم — ١/ ٤٩

٤٥. الهيتي، هادي نعمان، الاتصال الجماهيري المنظور الجديد، دار الشؤون الثقافية، ط١، ٢٠٠٦م

٤٦. وهبه، مجدي، معجم مصطلحات الأدب، مكتبة لبنان بيروت ١٩٨٤م

٧٤. يعقوب، محمد الفيروز آبادي القاموس المحيط ج١

ثانيا اللوائح والتعاميم :

٤٨. تعميم الهيئة المعمم على مراكز الهيئة في ١٤٢٢/٥هـ.

٤٩. خطاب الإدارة العامة للتوعية والتوجيه المؤرخ في ١٤٢٠/٥/٢٧ هـ .

٥٠. خطاب الإدارة العامة للتوعية والتوجيه المؤرخ في ١٤٢٠/٦/٣ هـ .

٥١. خطاب الإدارة العامة للتوعية والتوجيه المؤرخ في ١٤١٥/١/٥ هـ .
٥٢. خطاب الرئاسة العامة للهيئات المؤرخ في ١٤٢٠/٨/٢٨ هـ .
٥٣. خطاب فرع رئاسة الهيئات بمنطقة المدينة المنورة المؤرخ في ١٤٢٢/٢/١ هـ .
٥٤. خطاب فرع رئاسة الهيئات بمنطقة المدينة المنورة المؤرخ في ١٤٢١/٧/٢٧هـ.
٥٥. خطاب فرع رئاسة الهيئات بمنطقة المدينة المنورة المؤرخ في ١٤٢٢/٢/١٩ هـ.
٥٦. خطاب وكيل الرئيس العام للهيئات المؤرخ في ١٤١٥/٣/٣ هـ .
٥٧. اللائحة التنفيذية لنظام هيئة الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر: ٣ ، الموثق في المطيري،١٤١٠هـ: ١١٧
٥٨. مرشد الإجراءات الجنائية : ٢١

ثالثا: التقارير:

٥٩. تقرير « دراسة عن القنوات الفضائية والكروت المشفرة « إعداد مركز هيئة قباء في رمضان ١٤٢٣ هـ .
٦٠. التقرير الإحصائي السنوي لإنجازات الرئاسة العامة للهيئات خلال عام ١٤٢١هـ.
٦١. التقرير الإحصائي السنوي لإنجازات الرئاسة العامة للهيئات خلال عام ١٤٢١هـ.وعنوانه: http:\\www.hesbah.com
٦٢. التقرير الرابع ، وصحيفة المدينة ، عدد (١٤٣٢٥) في ١٤٢٣/٥/٣ هـ .
٦٣. التقرير المعد من قبل فرع رئاسة الهيئات بمنطقة المدينة المنورة في ٢٨/ ١٠/١٤١٩هـ .

رابعا: الصحف:

٦٤. صحيفة الاقتصادية ، عدد (٣٠١٣) في ١٤٢٣/١٠/٢٥ هـ.

٦٥. صحيفة الاقتصادية، عدد (٣٢٤٦) في ١٤٢٣/٦/١٢ هـ،

٦٦. صحيفة المدينة، عدد (١٤٣٩٠) في ١٤٢٣/٧/٩ هـ .

٦٧. صحيفة عكاظ ، عدد (١٣٢٤٩) في ١٤٢٣/١٠/١ هـ،

٦٨. صحيفة الوطن عدد (٧٨٢) في ١٤٢٣/٩/١٥ هـ .

ملحق رقم (١)

بسم الله الرحمن الرحيم

اســــــــتبانة

«اتجاهات الصحف في تغطية الأخبار المتعلقة بأعمال هيئة الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر»

إعـداد : فـريـق البحث العلمي للمشـروع البحثي ١٤٣٣هـ

أولا: التعليمات:

أخي الكريم ... / أختي الكريمة ...

يقوم فريق البحث العلمي لمشروع بحث «انعكاسات التغطية الإعلامية لأعمال هيئة الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر» بتطبيق استبيان يسهم في تحقيق أهداف المشروع البحثي والإجابة عن تساؤلاته، للوقوف على مدى انعكاسات التغطية الإعلامية من خلال الصحف المتنوعة وتأثيرها على أفراد المجتمع السعودي؛ ومدى مساهمة هذه الانعكاسات للتغطية الإعلامية في تشكيل الصورة الذهنية عن هيئة الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر في تحقيق أمن وسلامة المجتمع، والوقوف بصورة حقيقية على تأثيرات الصحف في تغطية الأخبار المتعلقة بالهيئة من أجل التوصل لتوصيات تساعد في تقويم هذه الانعكاسات نحو جهود الهيئات؛ وعليه نأمل التكرم بالإطلاع والإجابة على هذه الاستبانة مشاركة منكم في هذه الدراسة خدمة لدين اللّه تعالى، شاكرين لكم جميل تعاونكم .

فريق البحث العلمي للمشروع البحثي

هاتـف : ٠١٤٦٧٣٥٤٩ – جـوال : ٠٥٠٣٤٢٢٨٠٠
البريـد الإلكتروني: dr_mabrouk07@hotmail.com



ثانياً: بيانات شخصية:

المستوى التعليمي	☐ ثانوي ☐ جامعي ☐ دراسات عليا
الجامعة	
الجنس	☐ ذكر ☐ أنثى
العمر	
المنطقة	
نوع العمل أوطبيعة العمل	☐ يعمل بالصحافة ☐ لا يعمل بالصحافة
المداومة على قراءة الصحف	☐ يومياً ☐ مرة واحدة كل أسبوع ☐ مرة واحدة كل شهر ☐ لا أقرأ الصحف مطلقاً
الصحيفة التي تقرأها	☐ الرياض ☐ الجزيرة ☐ عكاظ ☐ اليوم ☐ أخرى
وسيلة متابعة الصحيفة	☐ الصحيفة الورقية ☐ الصحيفة الإلكترونية

ثالثاً : محاور وفقرات الاستبانة :

أ- الاتجاهات حول تغطية الصحف السعودية للأخبار المتعلقة بالهيئة:

م	الفقـــــــرة	أوافــق بشــدة	أوافق	محـايد	لا أوافق	لا أوافق بشــدة
١	يغيب عن التغطية الإعلامية الجوانب الإيجابية لأعمال الهيئة.					
٢	تتناسب التغطية الإعلامية لأعمال الهيئة مع الجهد المبذول في الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر لأمن وسلامة وصلاح المجتمع.					
٣	تتحقق التغطية الإعلامية المتوازنة للأخبار المتعلقة بأعمال وجهود الهيئة.					
٤	أشعر بالعدالة والموضوعية والإنصاف في الموضوعات الصحفية المرتبطة بأعمال الهيئة.					
٥	تركز التغطية الإعلامية على الجوانب السلبية دون الإيجابية المتعلقة بالعمل الميداني لرجال الحسبة.					
٦	تتسم التغطية الإعلامية بالشفافية والوضوح.					
٧	اعترض على بعض التغطية الإعلامية المتعلقة بأعمال الهيئة.					
٨	يغيب عن التغطية الإعلامية المنشورة لأعمال الهيئة بعض المهام والجهود التي تقدمها الهيئة.					
٩	تفتقر التغطية الإعلامية لأعمال الهيئة إلى المصداقية.					
١٠	أرى عدم الحيادية في التصريحات الصحفية من قبل كتاب الصحف عن أعمال وجهود الهيئة.					
١١	تصور الصحف وجهة نظر أحادية حول عمل هيئة الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر.					
١٢	تركز الصحف في عرضها لموضوعات الهيئة على جوانب انتقائية فقط.					
١٣	اقتنع بالمادة الإعلامية الصحفية من حيث موضوعيتها وصدقها أو صراحتها في عرض الخبر الإعلامي.					
١٤	أشعر بالرضا عن التغطية الإعلامية لأعمال هيئة الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر.					



ب- تأثير التغطية الإعلامية لأعمال الهيئة على الصورة الذهنية لدى أفراد المجتمع تجاه الهيئة :

م	الفقرة	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة
١	أتأثر بالمادة الإعلامية التي تعرضها الصحافة عن الهيئة.					
٢	تتكون لديَ مشاعر أو نظرة سلبية عن الهيئة بسبب المادة الإعلامية المنشورة بالصحف عنها .					
٣	أنظر إلى الأخبار المتعلقة عن الهيئة نظرة تحليلية فاحصة ولا أتأثر بها.					
٤	لا أبالي بالمقروء أو المكتوب بالصحافة السعودية حول القضايا المثارة عن الهيئة.					
٥	أتعاطف مع رجال الهيئة بسبب المادة الإعلامية المنشورة عن أدائهم.					
٦	أشعر بأن الصحف تغطي الأخبار المتعلقة بالهيئة بصورة سلبية.					
٧	أشعر بأن الصحف تغطي الأخبار المتعلقة بالهيئة بصورة إيجابية.					
٨	أرى أن الصحف تغطي الأخبار المتعلقة بالهيئة بصورة متوازنة تتسم بالحيادية والموضوعية.					
٩	أرى أن الصحف تغطي الأخبار المتعلقة بالهيئة بصورة متعاطفة معها.					
١٠	تتغير مشاعري نحو الإيجابية بسبب التغطية الإعلامية لأعمال هيئة الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر.					

ج- تقييم التغطية الإعلامية لأعمال الهيئة بصورة عامة:

م	الفقرة	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة
١	تتوفر تغطية إعلامية شاملة لأعمال هيئة الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر.					
٢	يعتبر ترتيب الموضوعات الإعلامية المتعلقة بالهيئة منطقياً.					
٣	تغطي العناوين الرئيسة بالصحف والمنشورة عن الهيئة الأحداث الواقعية.					
٤	تبدو اللقطات والصور المعروضة بالصحف عن أعمال الهيئة مبالغ فيها.					
٥	تتحقق الصحافة السعودية من الأخبار المتعلقة بالهيئة من خلال شاهد عيان					
٦	تبدو المقالات المنشورة بالصحف عن طبيعة عمل الهيئة متحيزة ضدها.					
٧	يعتبر التحليل اليومي للأخبار المتعلقة بالهيئة موضوعياً.					
٨	تتابع الصحافة السعودية الأحداث المرتبطة بعمل الهيئة من خلال صحفيين ينتمون إليها.					
٩	تبدو التغطية الإعلامية الميدانية لرجال الهيئة منصفة.					
١٠	تراعي التغطية الإعلامية لأعمال الهيئة الشمولية وتفصيل الأحداث.					
١١	تتثبت الصحافة السعودية من موضوعاتها الإخبارية عن الهيئة قبل نشرها.					
١٢	تبني الصحافة السعودية ما تنشره بالصحف على أساس مصادر متنوعة.					
١٣	تتجلى مدى عدالة وموضوعية التغطية الإعلامية لأعمال الهيئة					
١٤	تتحقق التغطية الصحفية لأعمال الهيئة بدرجة مرضية.					




الانعكاسات الصحفية

على الصورة الذهنية لهيئة «الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر»